

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นเฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นของผู้ที่สนใจ ธุรกิจเฟรนไชส์ในประเทศไทย

อภิรดี สัตตะรุจาวงษ์

คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.บ.) สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จังหวัด นนทบุรี 11120

โทร: 02-832-0227 โทรสาร: 02-832-0392

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น และเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นเฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นของผู้ที่สนใจ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจเฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นในประเทศไทยทั้งหมด กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (X) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่า t (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) จากผลการวิจัย พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีผู้สืบทอดที่จะดำเนินกิจการต่อ สนใจธุรกิจเฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น เนื่องจากต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง ส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาก่อน รู้จักธุรกิจเฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นมาจากทางร้านเซเว่นอีเลฟเว่นโดยตรง แหล่งที่มาของเงินทุนที่จะใช้ลงทุนจากเงินเก็บสะสมของตนเอง และสมาชิกครอบครัวส่วนใหญ่ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีต่อการเลือกธุรกิจเฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น สำหรับปัจจัยด้านประเภทของธุรกิจ ด้านการขยายตัวและการบริหารงาน ด้านโอกาสความก้าวหน้าในธุรกิจ ด้านการลงทุน และค่าใช้จ่ายและด้านเนื้อหาในสัญญา พบว่า มีผลในการเลือกเฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านการให้ความช่วยเหลือ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ที่สนใจในการประกอบธุรกิจเฟรนไชส์ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่นๆจะไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุกด้าน

คำสำคัญ : ธุรกิจเฟรนไชส์ ร้านสะดวกซื้อ

บทนำ

สถานการณ์ธุรกิจเฟรนไชส์ที่ผ่านมา มีทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านการชะลอตัวตามเศรษฐกิจและด้านการเติบโตตามการขยายตัวของชุมชนเกิดใหม่ ในการสำรวจข้อมูลประจำปีโดยนิตยสาร โอกาสธุรกิจเฟรนไชส์ มีผลสำรวจที่นำมาเปรียบเทียบกับปีก่อน ซึ่งตัวเลขที่ได้มาเป็นค่าประมาณที่อาจจะคลาดเคลื่อนจากตัวเลขจริงไม่เกิน 10% ภาพลักษณ์โดยรวมของธุรกิจเฟรนไชส์ในปีที่ผ่านมา ไม่อาจจะเป็นที่วางใจของผู้ที่ต้องการลงทุนมากนัก มีกระแสที่กล่าวถึง เฟรนไชส์ในด้านลบมากขึ้น อีกทั้งความกังวลในภาวะเศรษฐกิจถดถอยแต่ในสภาพความเป็นจริงแล้ว การลงทุนในธุรกิจเฟรนไชส์ ยังมีความคึกคักอยู่ในกลุ่มของผู้ที่มีทำเลของชุมชนที่เกิดใหม่ ได้แก่ หมู่บ้านที่เกิดขึ้นใหม่ หน้าโรงงานอุตสาหกรรม หน้าโรงเรียน บริเวณใกล้สำนักงาน รวมทั้งห้างสรรพสินค้าที่เกิดขึ้นใหม่

ด้วย รวมทั้งผู้ที่ทำธุรกิจที่อยู่ในต่างจังหวัด ที่ต้องการเปิดธุรกิจที่จังหวัดของตนเองซึ่งยังไม่มี ทำให้ใน ส่วนการลงทุนแฟรนไชส์กลุ่มนี้ มีการเติบโตสูง

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีก (Retail Business) ประเภทร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) ซึ่งดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค และการให้บริการต่างๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้า 7-Eleven ดำเนินธุรกิจร้านสะดวกซื้อที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ซึ่งมีอัตราการเติบโตและขยายสาขาเพิ่มสูงขึ้นมากอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 20 ปี ได้รับความสำเร็จเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านยอดรวมการจำหน่ายและการขยายสาขาไปยังภูมิภาคต่างๆกว่า 4,778 สาขาทั่วประเทศ (สำนักวิจัยตลาด ข้อมูล ณ สิ้นปี 2551) นอกจากนี้ร้านสะดวกซื้ออย่างเซเว่นอีเลฟเว่น ยังมีการปรับกลยุทธ์อย่างมาก ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การตลาด การเงิน การจัดซื้อ และขนส่ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ทางผู้บริหารมองว่า เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก ในการที่จะขยายสาขาให้ได้มากที่สุด ทั้งในร้านบริษัท และแฟรนไชส์ให้กับผู้มาซื้อสิทธิ์ในรูปแบบต่างๆ และทางบริษัทพยายามที่จะขยายฐานลูกค้า และเพิ่มยอดขายต่อหัว โดยการจรรายการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆซึ่งบริษัทได้นำ โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ มาช่วยในการขาย เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้า และยังนำระบบ TK Ordering มาช่วย ในเรื่องของการส่งสินค้า เพื่อควบคุมสต็อกสินค้าให้น้อยที่สุด แต่มีเพียงพอต่อการขายในแต่ละรอบ การส่งสินค้า และยังนำระบบการบริหารสินค้าภายในร้าน (Store Assortment) ซึ่งเป็นระบบที่นำมาจากประเทศญี่ปุ่น เพื่อใช้ในการคัดเลือกสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มหรือแต่ละชุมชน ซึ่งจะเป็นการเพิ่มยอดขายต่อหัว เพราะสินค้าที่คัดเข้ามาขาย ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และในด้านบุคลากร ก็จะมีการพัฒนา และอบรมหลักสูตรต่างๆอย่างต่อเนื่องให้กับผู้บริหารและพนักงาน และนำหลักสูตรการบริการที่เป็นเลิศ (Friendly Service) มาอบรมให้กับสายปฏิบัติการร้าน และสายสำนักงาน นอกจากนี้ยังมีการนำระบบ TQM และระบบ ISO เข้ามาใช้ในการพัฒนาองค์กรด้วย

จากการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จากจำนวนร้านสาขาในธุรกิจ ประเภทเดียวกับองค์กร หากพิจารณาส่วนแบ่งตลาด จากจำนวนของสาขาในธุรกิจ Modern Trade ในรูปแบบ Convenience Store ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ข้อมูล ณ สิ้นปี 2551 มีจำนวนสาขารวมทั้งหมดกว่า 9,500 สาขา เป็น สัดส่วนของเซเว่นอีเลฟเว่น 4,778 สาขาคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 51 % และเมื่อศึกษาสัดส่วนร้านแฟรนไชส์ต่อ ร้านบริษัท พบว่า ประเทศที่มีสัดส่วนร้านแฟรนไชส์มากที่สุด ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย มีสัดส่วนร้านแฟรนไชส์ อยู่ที่ 99% รองลงมาได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น มีสัดส่วนแฟรนไชส์สูงสุดถึง 96 % อันดับที่สามได้แก่ ประเทศไต้หวัน มี สัดส่วนร้านแฟรนไชส์อยู่ที่ 87 % ต่อมา ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนร้านแฟรนไชส์ที่ 65 % สำหรับ ประเทศไทยนั้นปัจจุบันมีสัดส่วนร้านแฟรนไชส์อยู่ที่ 44 % นอกจากนี้ได้มีการศึกษาธุรกิจแฟรนไชส์อยู่บ้าง แต่ยังไม่มีการวิจัยใด ที่ทำการศึกษาดังปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นของผู้สนใจประกอบ ธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นของ ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย เพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มจำนวนร้านแฟรนไชส์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟน ไซส์เซเวนอีเลฟเวนของผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟน ไซส์ในประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟน ไซส์เซเวนอีเลฟเวนของผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟน ไซส์ใน ประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิธีการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้การตอบแบบสอบถาม เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟน ไซส์เซเวนอีเลฟเวน รวมไปถึงการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟน ไซส์เซเวนอีเลฟเวนของผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟน ไซส์ในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟน ไซส์ในประเทศไทย จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จากสูตรการคำนวณในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ซึ่งจากการคำนวณ จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน จึงทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ อยู่ที่ 400 คน และสำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ การสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูล

จากการศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟน ไซส์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟน ไซส์เซเวนอีเลฟเวนของผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟน ไซส์ในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกเป็นแฟน ไซส์เซเวนอีเลฟเวนของผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟน ไซส์ในประเทศไทย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลรวมทั้งหมด 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติเบื้องต้นที่ใช้ในการอธิบายให้เห็นถึงคุณลักษณะต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการสรุปผลข้อเท็จจริงของข้อมูลทั้งหมดในลักษณะของการประมาณค่า (Estimation) เพื่อนำไปอธิบายลักษณะต่างๆ ของประชากรที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีอยู่ คือ การทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยและอภิปราย

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบไปด้วยความถี่ และร้อยละ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001 – 30,000 บาท และส่วนใหญ่มีผู้สืบทอดธุรกิจ หรือทายาทที่จะดำเนินธุรกิจต่อ

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นของผู้ที่สนใจ ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย พบว่า

ปัจจัยด้านประเภทของธุรกิจ เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากที่สุดในทุกข้อ

ปัจจัยด้านการขยายตัวและการบริหารงาน เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่ามีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากที่สุดในทุกข้อ

ปัจจัยด้านโอกาสความก้าวหน้าในธุรกิจ เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากที่สุดในทุกข้อ

ปัจจัยด้านการให้ความช่วยเหลือ เมื่อพิจารณาเป็นภาพรวม พบว่า มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การให้ความรู้และคำแนะนำก่อนตัดสินใจทำธุรกิจ ส่วนข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทีมงานให้คำแนะนำ ปรีกษา ก่อนและตลอดอายุสัญญา และการสนับสนุนให้มีโอกาสขยายสาขาได้

ปัจจัยด้านการลงทุนและค่าใช้จ่าย เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดและเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การระบุค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน และความชัดเจนของเงินลงทุน ส่วนข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก คือการมีรูปแบบการแบ่งผลตอบแทนที่เป็นธรรม ชัดเจน เข้าใจง่าย

ปัจจัยด้านเนื้อหาในสัญญา เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดในทุกข้อ

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นของผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบไปด้วย ความถี่ และร้อยละ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้สนใจธุรกิจแฟรนไชส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ สนใจธุรกิจแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น เนื่องจากต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง

2. ด้านประสบการณ์การดำเนินธุรกิจมาก่อน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เคยมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาก่อน

3. ด้านสื่อชนิดที่ทำให้รู้จักแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นและสนใจติดต่อกับทางบริษัทฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จักแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นจากทางร้านเซเว่นอีเลฟเว่นโดยตรง

4. ด้านแหล่งที่มาของเงินที่จะใช้ลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ของเซเว่นอีเลฟเว่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีแหล่งที่มาของเงินทุนที่จะใช้ลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มาจากเงินเก็บสะสมของตนเองเป็นจำนวนมากที่สุด

5. ด้านสมาชิกในครอบครัว มีความคิดเห็นต่อการเลือกธุรกิจแฟรนไชส์ของเซเว่นอีเลฟเว่น พบว่า สมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี ต่อการเลือกธุรกิจ แฟรนไชส์ของเซเว่นอีเลฟเว่น

ส่วนที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน การใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 5 ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐาน คือ การทดสอบ t (t-Test) เพื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นกับปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ และรายได้ต่อเดือน ส่วนการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2,3 และข้อที่ 4 จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว One – Way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นกับปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ เพศ และระดับการศึกษาสูงสุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น ด้านการขยายตัวและการบริหารงานและด้านการให้ความช่วยเหลือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นในด้านอื่นๆจะไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากความแตกต่างที่เกิดขึ้น จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ปรากฏผลดังต่อไปนี้

ด้านการขยายตัวและการบริหารงาน ผู้สนใจที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น สูงกว่าผู้สนใจที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการให้ความช่วยเหลือ ผู้สนใจที่มีอายุในช่วง 20 – 30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น สูงกว่าผู้สนใจที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ผู้สนใจที่มีอายุในช่วง 30 – 39 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น สูงกว่าผู้สนใจที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

สมมติฐานที่ 5 ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น ด้านเนื้อหาในสัญญาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นในด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากความแตกต่างที่เกิดขึ้น จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ปรากฏผลดังต่อไปนี้

ด้านเนื้อหาในสัญญา ผู้สนใจที่มีรายได้ต่อเดือนในช่วง 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ผู้สนใจที่มีรายได้ต่อเดือนในช่วง 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น สูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 6 ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีผู้สืบทอดธุรกิจ/ทายาทที่จะดำเนินการแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นธุรกิจแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นของผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไว้ดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาถึงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 53.0) ที่มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี (ร้อยละ 53.0) เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 77.3) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 69.5) มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ 22.3) และส่วนใหญ่มีผู้สืบทอดธุรกิจหรือทายาทที่จะดำเนินธุรกิจต่อ (ร้อยละ 53.8) ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จิรัญญา วรียนันท์กุล (2547) ที่ได้ทำการศึกษาถึงเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์” พบว่า “กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทที่จบการศึกษาปริญญาตรี” ซึ่งความสอดคล้องดังกล่าวที่เกิดขึ้น น่าจะเกิดมาจากการที่งานวิจัยทั้ง 2 เรื่อง ดังกล่าวนี้ได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน นั่นก็คือ เป็นกลุ่มผู้สนใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์เช่นเดียวกัน ถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันในรายละเอียดก็ตาม เพราะงานวิจัยในครั้งนี้จะเน้นไปที่กลุ่มผู้สนใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ของเซเว่นอีเลฟเว่น แต่ในงานวิจัยของ จิรัญญา วรียนันท์กุล ที่ได้ทำการศึกษาถึงเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์” นั้นจะทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้สนใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ทั่วไป

2. จากการศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นของผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นในประเทศไทย สามารถที่จะนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้สนใจธุรกิจแฟรนไชส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ สนใจธุรกิจแฟรนไชส์เช่นอิลเฟเวน เนื่องจากต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง (ร้อยละ 59.0) ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับการวิจัยของ พงศธร ศรีท่าพระ (2542) ที่ได้ทำการศึกษารายงานเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ต่อการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า “สาเหตุที่ผู้ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ส่วนใหญ่ ซื้อสิทธิ์เพราะต้องการมีธุรกิจส่วนตัว และได้รับประโยชน์ จากเครื่องหมายการค้าที่เป็นที่รู้จักแล้ว” จากความสอดคล้องดังกล่าวที่เกิดขึ้น แสดงให้เห็นว่าเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้สนใจโดยทั่วไป เลือกที่จะมาลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ประเภทต่าง ๆ นั้นก็คือ ปัจจัยทางด้านความต้องการที่จะมีธุรกิจเป็นของตนเอง และนอกจากนี้จะได้รับประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าที่เป็นที่รู้จักแล้ว ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวนี้ จะเป็นประโยชน์ที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานแฟรนไชส์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งถือเป็นหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบ การขยายจำนวนร้านแฟรนไชส์ให้กับร้านเซเว่น อิลเฟเวน ที่จะนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน เพื่อที่จะสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารทางการตลาด เพื่อที่จะสามารถสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มผู้สนใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ จนสามารถที่จะเพิ่มจำนวนร้านแฟรนไชส์ เพื่อก้าวไปสู่การเติบโตของธุรกิจ และผลกำไรที่ยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

ด้านแหล่งที่มาของเงินที่จะใช้ลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ของเซเว่นอิลเฟเวน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีแหล่งที่มาของเงินลงทุนที่ใช้ในการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มาจากเงินเก็บสะสมของตนเองเป็นจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 44.25) ซึ่งผลการศึกษาได้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พงศธร ศรีท่าพระ ที่ได้ทำการศึกษารายงานเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ต่อการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า “ผู้ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีลักษณะการลงทุนเองทั้งหมด” ซึ่งจากความสอดคล้องดังกล่าวที่เกิดขึ้น แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้สนใจที่จะลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ประเภทต่าง ๆ นั้น ส่วนใหญ่ จะใช้เงินลงทุนที่ตนเองมีอยู่ในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ ดังนั้น ทางบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่ถือเป็นหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบ การขยายจำนวนร้านแฟรนไชส์ให้กับ ร้านเซเว่น อิลเฟเวน อาจไม่ต้องให้การสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ที่จะสนใจจะลงทุนในธุรกิจ แฟรนไชส์ ของเซเว่นอิลเฟเวนมากนัก เนื่องจาก กลุ่มผู้สนใจที่จะลงทุนโดยส่วนใหญ่ จะใช้เงินลงทุนที่ตนเองมีอยู่ในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์

ด้านสื่อชนิดที่ทำให้รู้จักธุรกิจแฟรนไชส์เซเว่นอิลเฟเวนและสนใจติดต่อกับทางบริษัทฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ รู้จักธุรกิจแฟรนไชส์เซเว่นอิลเฟเวนจากร้านเซเว่นอิลเฟเวนโดยตรง (ร้อยละ 42.0) ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ กลับไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิรัญญา วรียนันท์กุล (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์” ที่พบว่า “กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้รับข่าวแฟรนไชส์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด” ซึ่งความไม่สอดคล้องดังกล่าวที่เกิดขึ้น น่าจะมีสาเหตุมาจากการที่งานวิจัยของ จิรัญญา วรียนันท์กุล ได้ทำการศึกษารายงานถึงปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์โดยทั่วไป โดยไม่ได้เฉพาะเจาะจงไปที่ธุรกิจแฟรนไชส์ประเภทใดประเภทหนึ่ง โดยเฉพาะ แต่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารายงานถึงธุรกิจแฟรนไชส์ของเซเว่นอิลเฟเวนโดยเฉพาะ ประกอบกับจำนวนสาขาของร้านเซเว่นอิลเฟเวนในประเทศไทยที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก จึงทำให้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในกรณี โฆษณา ประชาสัมพันธ์ธุรกิจแฟรนไชส์ของทางร้านเซเว่นอิลเฟเวน ก็คือสาขาที่มีอยู่ทั้งหมดกว่า 5,000 สาขาทั่วประเทศ (สำนักวิจัยตลาด ข้อมูล ณ สิ้นปี 2551) นั่นเอง

3. จากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น ของผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านโอกาสความก้าวหน้าในธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.25) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อทำกับพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดในทุกข้อ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิรัญญา วรียนันท์กุล (2547) ที่ได้ทำการศึกษาถึงเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์” พบว่า “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนมากที่สุดคือ โอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจ” จากความสอดคล้องดังกล่าวที่เกิดขึ้น แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์ธุรกิจประเภทใดก็ตาม ก็คือ โอกาสความก้าวหน้าในธุรกิจ หรือโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจประเภทนั้นๆ นั่นเอง ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวนี้จะเป็นประโยชน์ที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางสำนักงานแฟรนไชส์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่ถือเป็นหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบ การขยายจำนวนร้านแฟรนไชส์ให้กับร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ที่จะนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน เพื่อที่จะสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาด เพื่อที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่กลุ่มผู้ที่สนใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ ให้เลือกเป็นแฟรนไชส์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น จนสามารถที่จะเพิ่มจำนวนร้านแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น เพื่อก้าวไปสู่การเติบโตของธุรกิจ และผลกำไรที่ยั่งยืนตามเป้าหมายของทางบริษัทได้ต่อไปในอนาคต

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ ของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ไม่มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น ด้านอายุ มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น ด้านการขยายตัวและการบริหารงาน ($F = 2.075, Sig = 0.035$) ซึ่งพบว่า กลุ่มที่มีความแตกต่างกันของ อายุ 40-49 ปี แตกต่างจาก อายุ 50 ปีขึ้นไป และด้านการให้ความช่วยเหลือ ($F = 1.640, Sig = 0.018$) ซึ่งพบว่ากลุ่มที่มีความแตกต่างกันคือ อายุ 20-30 ปี และ อายุ 30-49 ปี แตกต่างจาก อายุ 50 ปีขึ้นไป ด้านรายได้ มีผลต่อการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น ด้านการเนื้อหาในสัญญา ($F = 1.854, Sig = 0.013$) ซึ่งพบว่ากลุ่มที่มีความแตกต่างกันคือ ผู้มีรายได้ 15,000-20,000 บาท และ 25,000-25,001 บาท แตกต่างจาก กลุ่มผู้มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป

การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001-30,000 บาท จากข้อมูลดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ที่สนใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นนั้นเป็นคนกลุ่มใดและมีลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นอย่างไรบ้าง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้ จะเป็นประโยชน์ที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับทางสำนักแฟรนไชส์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่ถือเป็นหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบการขยายจำนวนร้านแฟรนไชส์ให้กับร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ที่จะนำไปใช้ในการวางแผนเพื่อที่จะสามารถกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด รวมไปถึงการวางแผนในการสื่อสารการตลาดเพื่อที่จะสามารถเพิ่มจำนวนร้านแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น เพื่อก้าวไปสู่การเติบโตของธุรกิจและผลกำไรที่ยั่งยืนตามเป้าหมายของทางบริษัทได้ต่อไปในอนาคต

2. จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีผู้สืบทอดธุรกิจหรือทายาทที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคต ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ที่สนใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นนั้น มีความต้องการและการวางแผนที่จะดำเนินธุรกิจกับทางบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ในระยะยาว ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง สำหรับการสร้างรายได้และผลกำไรที่ยั่งยืนตามเป้าหมายของทางบริษัทได้ต่อไปในอนาคต เพราะถึงแม้ว่าทางบริษัท จะมีผู้ที่สนใจเข้าร่วมลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นเป็นจำนวนมาก และอัตราในการเลือกซื้อแฟรนไชส์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นยังคงอยู่ในสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ที่สนใจร่วมลงทุนทั้งหมดเช่นเดียวกัน ก็อาจที่จะส่งผลกระทบต่อ การสร้างรายได้ และผลกำไรของทางบริษัทในอนาคตได้เช่นกัน

3. จากการศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกเป็นแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นของผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นในประเทศไทย ด้านสื่อชนิดที่ทำให้รู้จักธุรกิจแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น และสนใจติดต่อกับทางบริษัทฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่รู้จักธุรกิจแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่น จากทางร้านเซเว่นอีเลฟเว่น โดยตรง รองลงมาคือ การแนะนำจากคนรู้จัก ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นว่า ทางสำนักแฟรนไชส์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) อาจไม่จำเป็นที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณา และ ประชาสัมพันธ์เป็นจำนวนมาก ผ่านสื่อที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายทั้งสื่อทางด้านโทรทัศน์/วิทยุ และนิตยสาร เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ที่สนใจเข้าร่วมลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด กลับเป็นสื่อที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใดทั้งการแนะนำจากคนรู้จัก และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจแฟรนไชส์ผ่านทางร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ซึ่งมีสาขาอยู่ทั้งหมดกว่า 5,000 สาขาทั่วประเทศ (สำนักวิจัยตลาด ข้อมูล ณ สิ้นปี 2551) โดยตรง ทางสำนักแฟรนไชส์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จึงสามารถที่จะนำค่าใช้จ่ายที่จะต้องใช้ในการโฆษณา และประชาสัมพันธ์เป็นจำนวนมากในส่วนนี้ไปใช้ในการปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานในส่วนต่างๆ ของทางบริษัทได้ต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ข้อมูลจากสำนักวิจัยและพัฒนา. (2552). บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด มหาชน
- ข้อมูลจากสถิติกลาง สำนักพัฒนาธุรกิจ. (2552).บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด มหาชน
- จิรัญญา วรียนันท์กุล. (2547). ปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พงศธร ศรีท่าพระ.(2542).ความคิดเห็นของผู้ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ต่อการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร