

**เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ ปี 2562**  
**(Total Quality Franchise Management : TQFM)**

หัวข้อ	เกณฑ์มาตรฐานฯ ปี 2562	คะแนน
1.โครงสร้างมาตรฐาน	ประกอบด้วยการดำเนินการ 6 หมวด และผลลัพธ์ในหมวด 7 อ้างอิงตาม Thailand Quality Award	
2.การประเมิน	หมวด 1 – 6 ใช้ Deming Cycleประกอบด้วย ขั้นตอน P – D – C – A หมวด 7 แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน Level / Trend/ Compare/ Integration	
3.การให้ค่าคะแนน แต่ละหมวด	หมวด 1 การนำองค์กร 110 คะแนน หมวด 2 กลยุทธ์ 100 คะแนน หมวด 3 ลูกค้า 120 คะแนน หมวด 4 การวัดฯ 100 คะแนน หมวด 5 บุคลากร 100 คะแนน หมวด 6 การปฏิบัติการ 120 คะแนน หมวด 7 ผลลัพธ์ 350 คะแนน <b>รวม 1,000 คะแนน</b>	
<b>หมวด 1 การนำองค์กร</b>	<p><b>1.1 การนำองค์กรโดยผู้บริหารแฟรนไชส์ คะแนน 40</b></p> <p>(1) ผู้บริหารแฟรนไชส์กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายดำเนินธุรกิจและถ่ายทอดไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ <span style="float: right;">20</span></p> <p>(2) ผู้บริหารแฟรนไชส์กำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างองค์กรให้ประสบความสำเร็จทั้งในปัจจุบันและอนาคต <span style="float: right;">20</span></p> <p><b>1.2 การกำกับดูแลองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม คะแนน 70</b></p> <p>(1) กิจกรรมกำกับดูแลและปรับปรุงกิจการให้ดำเนินการอย่างถูกต้องตามกฎหมาย <span style="float: right;">25</span></p> <p>(2) กิจกรรมกำกับดูแลและปรับปรุงกิจการให้ดำเนินการอย่างมีจริยธรรมและสร้างสภาพแวดล้อม ให้สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นในองค์กร <span style="float: right;">20</span></p> <p>(3) กิจกรรมกำกับดูแลและปรับปรุงองค์กรให้บรรลุผลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสนับสนุนชุมชน <span style="float: right;">25</span></p>	
<b>หมวด 2 กลยุทธ์</b>	<p><b>หมวด 2 กลยุทธ์ คะแนน 100</b></p> <p><b>2.1 การจัดทำกลยุทธ์</b> <span style="float: right;">50</span></p> <p>(1) กิจกรรมมีกระบวนการจัดทำกลยุทธ์ เพื่อความได้เปรียบแข่งขันและสอดคล้องกับสมรรถนะหลักขององค์กร</p> <p><b>2.2 การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ</b> <span style="float: right;">50</span></p> <p>(1) กิจกรรมจัดทำแผนปฏิบัติการและถ่ายทอดสู่การปฏิบัติพร้อมจัดสรรทรัพยากร เพื่อสนับสนุนแผนและการจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ <span style="float: right;">25</span></p> <p>(2) กำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินการในด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร <span style="float: right;">25</span></p>	

หัวข้อ	เกณฑ์มาตรฐานฯ ปี 2562	คะแนน
หมวด 3 ลูกค้า	<p><b>หมวด 3 ลูกค้า คะแนน 120</b></p> <p><b>3.1 เสียงของลูกค้า/แฟรนไชส์ซี</b></p> <p>(1) กิจกรรมมีวิธีการเสาะหาสารสนเทศจากลูกค้า/แฟรนไชส์ซีและนำสารสนเทศนั้นไปใช้ให้ เป็นประโยชน์ 30</p> <p>(2) กิจกรรมมีวิธีประเมินความพึงพอใจและความผูกพันลูกค้า/แฟรนไชส์ซีโดยเปรียบเทียบกับตนเองในปีที่ผ่านมาหรือองค์กรอื่น 25</p> <p><b>3.2 ความผูกพันของลูกค้า/แฟรนไชส์ซี</b></p> <p>(1) กิจกรรมกำหนด/พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า/แฟรนไชส์ซี 25</p> <p>(2) กิจกรรมมีวิธีการที่ทำให้ลูกค้า/แฟรนไชส์ซี สามารถสืบค้นสารสนเทศและรับการสนับสนุน 20</p> <p>(3) กิจกรรมมีวิธีการสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษา/เพิ่ม ยกระดับภาพลักษณ์และจัดการกับข้อร้องเรียนของลูกค้า/แฟรนไชส์ซี 20</p>	<p>55</p> <p>30</p> <p>25</p> <p>65</p> <p>25</p> <p>20</p> <p>20</p>
หมวด 4 การวัดการวิเคราะห์ และการจัดการความรู้	<p><b>หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์และการจัดการความรู้ คะแนน 100</b></p> <p><b>4.1 การวัด การวิเคราะห์ และการปรับปรุงผลการดำเนินงาน</b></p> <p>(1) กิจกรรมใช้ข้อมูลและสารสนเทศเพื่อติดตามและเปรียบเทียบการปฏิบัติงานประจำวันและวัดผลการดำเนินงาน 25</p> <p>(2) กิจกรรมมีวิธีการวิเคราะห์ ทบทวน และปรับปรุงผลการดำเนินงาน 30</p> <p><b>4.2 การจัดการความรู้ สารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p> <p>(1) กิจกรรมมีวิธีการจัดการสินทรัพย์ทางความรู้ 25</p> <p>(2) กิจกรรมมีวิธีการจัดการสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการรักษาความปลอดภัยของระบบ 20</p>	<p>55</p> <p>25</p> <p>30</p> <p>45</p> <p>25</p> <p>20</p>
หมวด 5 บุคลากร	<p><b>หมวด 5 บุคลากร คะแนน 100</b></p> <p><b>5.1สภาพแวดล้อมของบุคลากร</b></p> <p>(1) กิจกรรมมีวิธีการจัดรูปแบบการทำงานและการบริหารบุคลากรและแฟรนไชส์ซี 25</p> <p>(2) กิจกรรมมีกระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรและแฟรนไชส์ซี ตรงกับความต้องการของกิจการ 20</p> <p><b>5.2 การสร้างความผูกพันของบุคลากร</b></p> <p>(1) กิจกรรมเสริมสร้าง ชับเคลื่อน จัดระบบประเมินความผูกพันและความพึงพอใจของบุคลากรและแฟรนไชส์ซี 25</p> <p>(2) กิจกรรมมีวิธีการพัฒนาบุคลากรและแฟรนไชส์ซี 30</p>	<p>45</p> <p>25</p> <p>20</p> <p>55</p> <p>25</p> <p>30</p>

หัวข้อ	เกณฑ์มาตรฐานฯ ปี 2562	คะแนน
หมวด 6 การปฏิบัติการ	หมวด 6 การปฏิบัติการ คะแนน 120	
	<p><b>6.1 กระบวนการทำงาน</b></p> <p>(1) กิจกรรมมีวิธีการออกแบบ จัดการและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการทำงานที่สำคัญ</p> <p><b>6.2 ประสิทธิภาพของการปฏิบัติการ</b></p> <p>(1) กิจกรรมมีวิธีการทำให้มั่นใจว่ามีการบริหารจัดการการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>65</p> <p>55</p>
หมวด 7 ผลลัพธ์	หมวด 7 ผลลัพธ์ คะแนน 350	
	<p><b>7.1 ผลลัพธ์ด้านผลผลิตและกระบวนการ</b></p>	
	<p>(1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า</p>	30
	<p>(2) ด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพของกระบวนการ รวมทั้งความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานและระบบปฏิบัติการ</p>	25
	<p>(3) ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน</p>	25
	<p><b>7.2 ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า</b></p>	80
	<p>(1) ด้านความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าและแฟรนไชส์ซี</p>	
	<p><b>7.3 ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร</b></p>	60
<p>(1) ด้านขีดความสามารถและอัตรากำลัง</p>	20	
<p>(2) ด้านบรรยากาศในการทำงานและความผูกพันของบุคลากรและแฟรนไชส์ซี</p>	20	
<p>(3) ด้านการพัฒนาบุคลากรและแฟรนไชส์ซี</p>	20	
<p><b>7.4 ผลลัพธ์ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กร (65)</b></p>	65	
<p>(1) ด้านการบรรลุกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการของกิจการ รวมทั้งผลการบริหารจัดการความเสี่ยง</p>	35	
<p>(2) ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม</p>	30	
<p><b>7.5 ผลลัพธ์ด้านการเงินและการตลาด</b></p>	65	
<p>(1) ผลการดำเนินการด้านการเงิน</p>	35	
<p>(2) ผลการดำเนินการด้านการตลาด</p>	30	

## แนวทางการประเมินเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ ปี 2562

### การประเมินผลในหมวด 1-6

ใช้เครื่องมือที่เรียกว่า Deming Cycle มาประยุกต์ใช้ มีลักษณะของการดำเนินการเป็นกระบวนการที่เป็นวงจร สามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่สามารถติดตามและวัดผลได้ด้วยขั้นตอน 4 ขั้น ซึ่งประกอบด้วย

1. Plan หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจมีการวางแผนการดำเนินงานทางธุรกิจ จัดทำแผนดำเนินงาน รวมถึงการกำหนดแนวทางการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และวิธีการแก้ไขปัญหาที่เป็นไปได้
2. Do หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้ และสามารถแก้ไขพัฒนา ระบบงานต่างๆ ได้
3. Check หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจมีการประเมินผลการดำเนินงานของตนเองอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเก็บข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ต่อการวัดผลการทำงาน
4. Act หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจนำผลการดำเนินงาน อันได้แก่ ข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการวิเคราะห์ผล เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาให้เกิดกระบวนการใหม่ๆ อยู่เสมอ

### การวัดผล ในหมวด 7 หมวดผลลัพธ์ แบ่งออกเป็น 4 ขั้น ดังต่อไปนี้คือ

1. ผลการดำเนินงาน (Level) กิจกรรมกำหนดตัวชี้วัด และรายงานผลลัพธ์ของตัวชี้วัดที่สำคัญในแต่ละด้าน
2. ติดตามแนวโน้ม (Trend) กิจกรรมรายงานผลลัพธ์ โดยแสดงแนวโน้มเปรียบเทียบอย่างน้อย 3 ช่วงเวลา
3. เปรียบเทียบกับผู้อื่น (Compare) กิจกรรมรายงานผลลัพธ์โดยเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานของคนที่ผ่านมาหรือ คู่แข่งขัน คู่เทียบ หรือ ธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน
4. บูรณาการผลลัพธ์ (Integration) มีการรายงานความเชื่อมโยงผลลัพธ์กับเป้าหมาย พันธกิจ หรือผลลัพธ์อื่น

### การวัดผลหมวด 1 - 7 จะประกอบไปด้วยค่าคะแนน 0 - 5 คือ

คะแนน	0	ค่าความหมาย	ไม่มี ไม่ได้ดำเนินการ
คะแนน	1 - 4	ค่าความหมาย	มีการดำเนินการบางส่วน
คะแนน	5	ค่าความหมาย	มีการดำเนินการครบถ้วนสมบูรณ์ / ได้ผลดีที่สุด

การประเมินศักยภาพมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

(Total Quality Franchise Management : TQFM By DBD) ปี ๒๕๖๒

รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ปี ๒๕๖๒	คะแนน เต็ม	เตรียมการ (Plan)					การนำไปปฏิบัติ (Do)					การติดตามผล (Check)					การปรับปรุง (Act)					คะแนน ก่อนถ่วง น้ำหนัก	ค่าถ่วง น้ำหนัก	คะแนน หลังถ่วง น้ำหนัก	หมายเหตุ				
		๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑					๒	๓	๔	๕
<b>หมวด ๑ การนำองค์กร (Leadership)</b> การปฏิบัติตนของผู้บริหารแฟรนไชส์ ชี้นำและทำให้องค์กร มีความสำเร็จที่ยั่งยืน รวมทั้งจัดระบบการกำกับดูแลกิจการ ให้มีความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย จริยธรรมและต่อสังคม	<b>๑๑๐</b>																												
<b>๑.๑ การนำองค์กรโดยผู้บริหารแฟรนไชส์</b>	<b>(๔๐)</b>																												
(๑) ผู้บริหารแฟรนไชส์กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมาย การดำเนินธุรกิจและถ่ายทอดไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำ ไปสู่การปฏิบัติ	๒๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑</b>		
(๒) ผู้บริหารแฟรนไชส์กำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เพื่อ สร้างองค์กรให้ประสบความสำเร็จทั้งในปัจจุบันและอนาคต	๒๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑</b>		
<b>๑.๒ การกำกับดูแลองค์กรและความรับผิดชอบต่อ สังคม</b>	<b>(๗๐)</b>																												
(๑) กิจการกำกับดูแลและปรับปรุงกิจการให้ดำเนินการ อย่างถูกต้องตามกฎหมาย	๒๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑.๒๕</b>		
(๒) กิจการกำกับดูแลและปรับปรุงกิจการให้ดำเนินการ อย่างมีจริยธรรมและสร้างสภาพแวดล้อม ให้สิ่งเหล่านี้ เกิดขึ้นในองค์กร	๒๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑</b>		
(๓) กิจการกำกับดูแลและปรับปรุงองค์กรให้บรรลุผล ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และสนับสนุนชุมชน	๒๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑.๒๕</b>		

รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ปี ๒๕๖๒	คะแนน เต็ม	เตรียมการ (Plan)					การนำไปปฏิบัติ (Do)					การติดตามผล (Check)					การปรับปรุง (Act)					คะแนน ก่อนถ่วง น้ำหนัก	ค่าถ่วง น้ำหนัก	คะแนน หลังถ่วง น้ำหนัก	หมายเหตุ				
		๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑					๒	๓	๔	๕
<b>หมวด ๒. กลยุทธ์ (Strategy)</b> กระบวนการจัดทำกลยุทธ์ ตั้งแต่การจัดทำหรือการ พัฒนากลยุทธ์ การถ่ายทอดกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ และการติดตามวัดผลความก้าวหน้า	<b>๑๐๐</b>																												
<b>๒.๑ การจัดทำกลยุทธ์</b>	<b>(๕๐)</b>																												
(๑) กิจกรรมมีกระบวนการจัดทำกลยุทธ์ เพื่อความ ได้เปรียบแข่งขัน และสอดคล้องกับสมรรถนะ หลักขององค์กร		๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๒.๕๐</b>		
<b>๒.๒ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ</b>	<b>(๕๐)</b>																												
(๑) กิจกรรมนำแผนกลยุทธ์ ถ่ายทอดสู่แผนปฏิบัติการ พร้อมจัดสรรทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน และการจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ	๒๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑.๒๕</b>		
(๒) กิจกรรมกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน ในด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร	๒๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑.๒๕</b>		

รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ปี ๒๕๖๒	คะแนน เต็ม	เตรียมการ (Plan)						การนำไปปฏิบัติ (Do)						การติดตามผล (Check)						การปรับปรุง (Act)						คะแนน ก่อนถ่วง น้ำหนัก	ค่าถ่วง น้ำหนัก	คะแนน หลังถ่วง น้ำหนัก	หมายเหตุ
		๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕				
<b>หมวด ๓ ลูกค้า ( Customer )</b> การสร้าง ความผูกพันกับลูกค้ารวมแฟรนไชส์ซี เพื่อ ความสำเร็จด้านการตลาดในระยะยาว ครอบคลุมถึง วิธีการรับฟังเสียง การสร้างความสัมพันธ์และการใช้ สารสนเทศเกี่ยวกับลูกค้าและแฟรนไชส์ซีเพื่อ ปรับปรุงและค้นหาโอกาสทางการตลาด	๑๒๐																												
<b>๓.๑ เสียงของลูกค้าและแฟรนไชส์ซี</b>	(๕๕)																												
(๑) กิจการมีวิธีการเสาะหาสารสนเทศจากลูกค้าและ แฟรนไชส์ซี เพื่อนำสารสนเทศนั้น ไปใช้ให้เป็น ประโยชน์	๓๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		๑.๕๐		
(๒) กิจการมีวิธีประเมินความพึงพอใจและความผูกพัน ของลูกค้าและแฟรนไชส์ซี โดยเปรียบเทียบกับตนเอง ในปีที่ผ่านมา หรือ องค์กรอื่น	๒๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		๑.๒๕		
<b>๓.๒ ความผูกพันของลูกค้าและแฟรนไชส์ซี</b>	(๖๕)																												
(๑) กิจการกำหนด พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและ แฟรนไชส์ซี	๒๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		๑.๒๕		
(๒) กิจการมีวิธีการที่ทำให้ลูกค้าและแฟรนไชส์ซี สามารถสืบค้นสารสนเทศและรับการสนับสนุน	๒๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		๑		
(๓) กิจการมีวิธีการสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษา เพิ่ม ยกระดับภาพลักษณ์และจัดการกับข้อร้องเรียน ของลูกค้าและ แฟรนไชส์ซี	๒๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		๑		

รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ปี ๒๕๖๒	คะแนน เต็ม	เตรียมการ (Plan)						การนำไปปฏิบัติ (Do)						การติดตามผล (Check)						การปรับปรุง (Act)						คะแนน ก่อนถ่วง น้ำหนัก	ค่าถ่วง น้ำหนัก	คะแนน หลังถ่วง น้ำหนัก	หมายเหตุ	
		๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕					
<b>หมวด ๔ การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการ ความรู้ (Measurement, Analysis and Knowledge Management)</b> การเลือก รวบรวม วิเคราะห์ จัดการและปรับปรุงข้อมูล สารสนเทศ ทักษะสินทางปัญญา การเรียนรู้และการ บริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการใช้ผล การทบทวนเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินงานของกิจการ	<b>๑๐๐</b>																													
<b>๔.๑ การวัด การวิเคราะห์ และการปรับปรุง ผลการดำเนินงาน</b>	<b>(๕๕)</b>																													
(๑) กิจการใช้ข้อมูลและสารสนเทศเพื่อติดตาม และเปรียบเทียบการปฏิบัติงานประจำวันและ ผลการดำเนินงาน	๒๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑.๒๕</b>			
(๒) กิจการมีวิธีการวิเคราะห์ ทบทวน และ ปรับปรุงผลการดำเนินงาน	๓๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑.๕๐</b>			
<b>๔.๒ การจัดการความรู้ สารสนเทศ และ เทคโนโลยีสารสนเทศ</b>	<b>(๔๕)</b>																													
(๑) กิจการมีวิธีการจัดการสินทรัพย์ทางความรู้	๒๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑.๒๕</b>			
(๒) กิจการมีวิธีการจัดการสารสนเทศ และโครงสร้าง พื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศรวมทั้งการรักษา ความปลอดภัยของระบบ	๒๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑</b>			





รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ปี ๒๕๖๒	คะแนน เต็ม	เตรียมการ (Plan)					การนำไปปฏิบัติ (Do)					การติดตามผล (Check)					การปรับปรุง (Act)					คะแนน ก่อนถ่วง น้ำหนัก	ค่าถ่วง น้ำหนัก	คะแนน หลังถ่วง น้ำหนัก	หมายเหตุ				
		๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑					๒	๓	๔	๕
<b>หมวด ๖ การปฏิบัติการ (Operations)</b> การออกแบบ การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และ กระบวนการทำงานรวมทั้งการปรับปรุงประสิทธิภาพ ของการปฏิบัติงาน เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการ ที่มีคุณค่าแก่ลูกค้าและแฟรนไชส์ซี	<b>๑๒๐</b>																												
<b>๖.๑ กระบวนการทำงาน</b>	<b>(๖๕)</b>																												
(๑) กิจกรรมวิธีการออกแบบ การปรับปรุงพัฒนา การสร้างนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ ปฏิบัติงานที่สำคัญเพื่อส่งมอบสินค้าและบริการ ที่มีคุณค่าให้แก่ ลูกค้าและแฟรนไชส์ซี	๖๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		๓.๒๕		
<b>๖.๒ ประสิทธิภาพของการปฏิบัติการ</b>	<b>(๕๕)</b>																												
(๑) กิจกรรมวิธีการทำให้มั่นใจถึงประสิทธิภาพของ การปฏิบัติการ เพื่อให้มีสภาพแวดล้อมการทำงาน และระบบปฏิบัติการที่ปลอดภัย สามารถดำเนินธุรกิจ ได้อย่างต่อเนื่อง ควบคุมต้นทุนได้	๕๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		๒.๗๕		

รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ปี ๒๕๖๒	คะแนน เต็ม	ระดับ (Level)					แนวโน้ม (Trend)					การเปรียบเทียบ (Compare)					การบูรณาการ (Integration)					คะแนน ก่อนถ่วง น้ำหนัก	ค่าถ่วง น้ำหนัก	คะแนน หลังถ่วง น้ำหนัก	หมายเหตุ				
		๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑					๒	๓	๔	๕
<b>หมวด ๗ ผลลัพธ์ (Results)</b> การประเมินผลการดำเนินงานและการปรับปรุงในด้าน สำคัญขององค์กร โดยการวัดผลการดำเนินการ วัดแนวโน้ม วัดโดยเปรียบเทียบ และการวัดเชิงบูรณาการ	<b>๓๕๐</b>																												
<b>๗.๑ ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ</b>	<b>(๘๐)</b>																												
(๑) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า	๓๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑.๕๐</b>		
(๒) ด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพของกระบวนการ รวมทั้งความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมในการ ปฏิบัติงาน และระบบปฏิบัติการ	๒๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑.๒๕</b>		
(๓) ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน	๒๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑.๒๕</b>		
<b>๗.๒ ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและแฟรนไชส์ซี</b>	<b>(๘๐)</b>																												
(๑) ด้านความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า และแฟรนไชส์ซี	๘๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๔</b>		
<b>๗.๓ ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากรและแฟรนไชส์ซี</b>	<b>(๖๐)</b>																												
(๑) ด้านขีดความสามารถและอัตรากำลัง	๒๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑</b>		
(๒) ด้านบรรยากาศการทำงานและความผูกพัน ของบุคลากร และแฟรนไชส์ซี	๒๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑</b>		
(๓) ด้านการพัฒนาบุคลากรและแฟรนไชส์ซี	๒๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕		<b>๑</b>		

รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ปี ๒๕๖๒	คะแนน เต็ม	ระดับ (Level)					แนวโน้ม (Trend)					การเปรียบเทียบ (Compare)					การบูรณาการ (Integration)					คะแนน ก่อนถ่วง น้ำหนัก	ค่าถ่วง น้ำหนัก	คะแนน หลังถ่วง น้ำหนัก	หมายเหตุ					
		๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑					๒	๓	๔	๕	
<b>๗.๔ ผลลัพธ์ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กร</b>	<b>(๖๕)</b>																													
(๑) ด้านการบรรลุกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการของ กิจการ รวมทั้งผลการบริหารจัดการความเสี่ยง	๓๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕			๑.๗๕		
(๒) ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคม	๓๐	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕			๑.๕๐		
<b>๗.๕ ผลลัพธ์ด้านการเงินและการตลาด</b>	<b>(๖๕)</b>																													
(๑) ผลการดำเนินการด้านการเงิน	๓๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕	๐	๑	๒	๓	๔	๕			๑.๗๕		
(๒) .ผลการดำเนินการด้านการตลาด	๓๐																											๑.๕๐		
<b>คะแนนรวม TQFM</b>	<b>๑,๐๐๐</b>																													

