

ธุรกิจแฟรนไชส์ในกัมพูชา...โอกาสขยายธุรกิจของผู้ประกอบการไทย

ปัจจุบันการขยายธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นในกัมพูชา สะท้อนจากธุรกิจแฟรนไชส์ของต่างประเทศ รวมถึงแฟรนไชส์ของไทยต่างทยอยขยายธุรกิจในกัมพูชาอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความเป็นเมืองที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ประกอบกับธุรกิจแฟรนไชส์มีการควบคุมคุณภาพและการให้บริการด้วยมาตรฐานเดียวกัน สามารถตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในเขตเมืองที่มีความคาดหวังในสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นอย่างดี ขณะเดียวกันหนุ่มสาวชาวกัมพูชารุ่นใหม่ยังเปิดรับการบริโภคในรูปแบบใหม่ๆ มากขึ้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเยือนกัมพูชา ซึ่งมีจำนวนกว่า 4 ล้านคนต่อปีและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องก็เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและคุ้นเคยกับการให้บริการในรูปแบบแฟรนไชส์เป็นอย่างดี ส่งผลให้ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นโอกาสที่น่าสนใจของผู้ประกอบการไทยในการรุกตลาดกัมพูชา สำหรับข้อมูลธุรกิจแฟรนไชส์ในกัมพูชาที่น่าสนใจ มีดังนี้

➤ ประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ไทยที่น่าสนใจในตลาดกัมพูชา

- **ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม** อาทิ ร้านอาหารจานด่วน ปัจจุบันชาวกัมพูชานิยมสังสรรค์รวมทั้งนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น ทั้งนี้ รูปแบบการบริโภคอาหารของชาวกัมพูชามีความคล้ายคลึงกับไทย คือ นิยมรับประทานอาหารประเภทข้าวมากกว่าอาหารตะวันตก ขณะที่อาหารไทยเป็นที่รู้จักและคุ้นเคยของชาวกัมพูชาและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวกัมพูชาเป็นอย่างดี ทำให้เกิดช่องว่างในธุรกิจร้านอาหารจานด่วน ซึ่งปัจจุบันมีแฟรนไชส์อาหารจานด่วนของไทย อาทิ Black Canyon เข้าไปเปิดให้บริการในกัมพูชา อย่างไรก็ตาม การที่ชาวกัมพูชารุ่นใหม่มีการเปิดรับการบริโภคในรูปแบบใหม่ๆ มากขึ้น ส่งผลให้แฟรนไชส์อาหารจานด่วนของต่างประเทศ อาทิ KFC และ Burger King จากสหรัฐฯ และ BBQ Chicken จากเกาหลีใต้ รุกขยายธุรกิจร้านอาหารจานด่วนในกัมพูชาเช่นกัน ทั้งนี้ การเปิดร้านอาหารไทยจานด่วนในกัมพูชามีสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่ง คือ การควบคุมมาตรฐานและการฝึกอบรมให้แก่ผู้ปรุงอาหาร รวมทั้งพนักงานขายเพื่อรักษารสชาติและเอกลักษณ์ความเป็นไทยไว้เป็นจุดแข็งเพื่อแข่งขันกับแฟรนไชส์ของต่างประเทศ เนื่องจาก การปรุงอาหารไทยมีความซับซ้อนมากกว่าอาหารตะวันตก ขณะเดียวกันผู้ประกอบการอาจเลือกปรับเปลี่ยนเมนูอาหารบางรายการให้เป็นลักษณะอาหารไทยประยุกต์ (Thai Fusion Food) ด้วยการผสมผสานความเป็นตะวันตกเข้ามาเพื่อสร้างความแปลกใหม่และเป็นจุดขายของแฟรนไชส์อีกทางหนึ่ง ร้านกาแฟและเบเกอรี่ โดยเน้นเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางและระดับบนที่มีจำนวนราวร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้นิยมใช้บริการร้านกาแฟมากขึ้น ตลอดจนกลุ่มนักเรียน นักศึกษาโรงเรียนนานาชาติ ซึ่งมีฐานะค่อนข้างดีและนิยมรวมกลุ่มนั่งเล่นอินเทอร์เน็ตในร้านกาแฟ รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว ลูกจ้างและพนักงานที่ทำงานกับองค์กรระหว่างประเทศ บริษัทต่างชาติ และสถานทูต ซึ่งนิยมดื่มกาแฟในร้านกาแฟเป็นประจำ โดยผู้ประกอบการไทยที่สนใจดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟและเบเกอรี่ในกัมพูชาควรมีจุดขายที่ชัดเจนและสร้างความแตกต่างทั้งตัวผลิตภัณฑ์และรูปแบบการตกแต่งร้านให้ดูดี มีเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ รวมทั้งมีบริการ Free Wifi เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมมากขึ้น ปัจจุบันมีแฟรนไชส์จากต่างประเทศ อาทิ Costa Coffee จากสหราชอาณาจักร และ Coffee Bean & Tea Leaf จากสหรัฐฯ รวมทั้ง The Coffee Maker แฟรนไชส์จากไทย ที่เข้าไปลงทุนในกัมพูชา ขณะที่ True Coffee ของไทย มีแผนขยายธุรกิจในกัมพูชา

- **ธุรกิจความงาม** ปัจจุบันชาวกัมพูชาที่มีฐานะดีและมีกำลังซื้อมีจำนวนเพิ่มขึ้นมาก คนกลุ่มนี้ใส่ใจกับสุขภาพและความงามมากขึ้น โดยเฉพาะการดูแลผิวพรรณ ทำให้ชาวกัมพูชาที่มีความต้องการใช้บริการคลินิกเสริมความงามเพิ่มขึ้น โดยชาวกัมพูชานิยมใช้บริการคลินิกความงามในส่วนที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพผิวพรรณให้ขาวใส และรักษาสิว เป็นหลัก ขณะที่การทำศัลยกรรมความงามยังไม่เป็นที่นิยมในวงกว้าง เนื่องจากยังกังวลเรื่องความปลอดภัยและความเจ็บปวดจากการทำศัลยกรรม ทั้งนี้ ปัจจุบันธุรกิจคลินิกความงามในกัมพูชายังอยู่ในช่วงเริ่มต้นและส่วนใหญ่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการท้องถิ่น จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจดังกล่าว สำหรับแฟรนไชส์ธุรกิจความงามของไทยที่ขยายธุรกิจไปกัมพูชา อาทิ วุฒิสกดิ์ คลินิก และแพน คลินิก ขณะที่นิติพล คลินิก อยู่ระหว่างการหาพันธมิตรท้องถิ่นเพื่อขยายธุรกิจไปกัมพูชา

- **ธุรกิจบริการล้างและดูแลรักษารถยนต์** โดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับบน ซึ่งมีรถยนต์หลายคัน และนิยมใช้รถยนต์ซูเปอร์คาร์และรถยนต์หรู ซึ่งเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มที่ยังมีการแข่งขันค่อนข้างน้อย โดยอาศัยจุดแข็งด้านการให้บริการอย่างครบวงจร รวมทั้งนำเทคโนโลยีการล้างรถยนต์แบบพรีเมียม อาทิ การล้างรถยนต์ด้วยระบบไอน้ำมาใช้เพื่อสร้างความแตกต่าง ปัจจุบันธุรกิจแฟรนไชส์ของไทยที่เข้าไปลงทุนในกัมพูชา อาทิ Moly Care ซึ่งเปิดสาขาในกรุงพนมเปญจำนวน 3 สาขา

➤ **รูปแบบการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในกัมพูชา**

ธุรกิจแฟรนไชส์ส่วนใหญ่ในกัมพูชาเป็นการลงทุนในรูปแบบที่นักลงทุนซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์จากต่างประเทศเข้ามาในกัมพูชา โดยนักลงทุนส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์หรือเคยทำธุรกิจไปกัมพูชามาก่อน ซึ่งวิธีการนี้เจ้าของสิทธิ์สามารถควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้าและบริการได้ดีกว่าการขายสิทธิ์แฟรนไชส์ให้แก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นโดยตรง อาทิ กลุ่ม RMA Group ที่จดทะเบียนในไทย ซึ่งรุกตลาดแฟรนไชส์อาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชาผ่าน Express Food Group (EFG) โดยใช้รูปแบบการซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์จากต่างประเทศ อาทิ The Pizza Company (ไทย) Swensen's (สหรัฐฯ) BBQ Chicken (เกาหลีใต้) Dairy Queen (สหรัฐฯ) และ Costa Coffee (สหราชอาณาจักร) เพื่อดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในกัมพูชา ขณะที่ QSR Brands Bhd ผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์อาหารจานด่วนรายใหญ่จากมาเลเซียใช้รูปแบบการร่วมทุนกับ Royal Group of Companies Ltd. (RGC) ของกัมพูชา และ Rightlink Corporation Ltd. (RCL) ของฮ่องกง เพื่อดำเนินกิจการแฟรนไชส์ KFC ในกัมพูชาภายใต้ Kampuchea Food Corporation เป็นต้น

➤ **การเลือกทำเลที่ตั้ง...หัวใจสำคัญของธุรกิจแฟรนไชส์**

การเลือกทำเลที่ตั้งนับเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจแฟรนไชส์ในกัมพูชา โดยควรเลือกทำเลในเขตชุมชนเมืองที่ประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น และเป็นศูนย์รวมของกลุ่มผู้บริโภคกำลังซื้อสูงของประเทศ รวมทั้งเป็นแหล่งรวมห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าขนาดใหญ่ เพื่อเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงทั้งชาว กัมพูชา ชาวต่างชาติที่ทำงานในกัมพูชา ตลอดจนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งนี้ แฟรนไชส์ส่วนใหญ่ทั้ง The Pizza Company, KFC และ Swensen's ต่างเริ่มต้นธุรกิจที่กรุงพนมเปญ ซึ่งหากกระแสตอบรับดีและเป็นที่ยอมรับ จะทำให้การขยายสาขาไปยังพื้นที่อื่นทำได้ง่ายขึ้น หรือหากเน้นฐานกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลักก็อาจพิจารณาเริ่มต้นธุรกิจที่เมืองเสียมราฐเป็นแห่งแรก เนื่องจากเสียมราฐเป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญ มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเยือนกว่า 2.2 ล้านคนต่อปี สำหรับธุรกิจแฟรนไชส์ของต่างประเทศที่เปิดสาขาแรกที่เมืองเสียมราฐ คือ Hard Rock Cafe

ผู้ประกอบการไทยที่สนใจเข้าไปลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ในกัมพูชาควรศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อสร้างความเข้าใจถึงลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดกัมพูชา ตลอดจนเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นจากแฟรนไชส์ต่างชาติ นอกจากนี้ ปัจจุบันกัมพูชายังไม่มีกฎหมายธุรกิจแฟรนไชส์โดยตรงที่กำกับดูแลและวางกติการ่วมกันสำหรับการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ ทำให้หากเกิดความขัดแย้งขึ้นอาจประสบความยุ่งยากในการดำเนินคดีตามกฎหมาย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบและทำสัญญาทางธุรกิจที่รัดกุม ขณะที่การร่วมทุนกับนักธุรกิจท้องถิ่นก็เป็นทางเลือกในการลงทุนที่น่าสนใจ เนื่องจากมีประสบการณ์และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคท้องถิ่นเป็นอย่างดีอันจะช่วยเพิ่มโอกาสให้การทำธุรกิจประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น

ส่วนวิจัยธุรกิจ 2 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ
พฤศจิกายน 2557

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด