

# แฟรนไชส์ดาวรุ่ง... ใส่เกียร์มุ่งสู่กัมพูชา



THAILAND

## ทำไมต้องแฟรนไชส์ ในกัมพูชา?

**ก้าวสู่สังคมเมือง  
มากขึ้น**

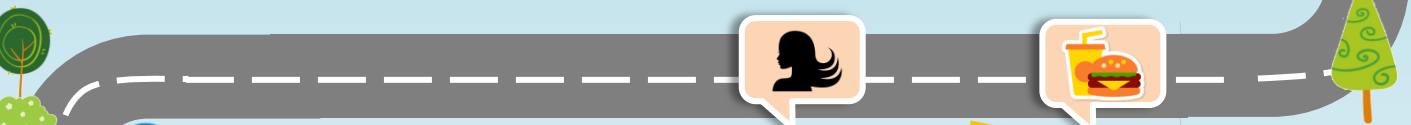
กัมพูชามีแนวโน้มเติบโตสู่สังคมเมืองมากขึ้น โดย UN คาด Urbanization Rate จะเพิ่มเป็น 28% ในปี 2578 จาก 21% ในปี 2558

**คนรุ่นใหม่มี  
จำนวนถึง 1 ใน 3**

กลุ่มคนรุ่นใหม่วัย 20-39 ปี ซึ่งคุ้นเคยกับวัฒนธรรมต่างชาติและเปิดรับไลฟ์สไตล์สมัยใหม่ มีราว 5.2 ล้านคน หรือ 34% ของประชากรรวมในปี 2558

**ตอบรับ Business  
Model รูปแบบใหม่**

นักธุรกิจกัมพูชารุ่นใหม่เน้นสร้างธุรกิจเร็ว ไม่เสี่ยง และไม่เสียเวลาพัฒนาแบรนด์ จึงเป็นโอกาสของธุรกิจแฟรนไชส์ไทย



## เมืองไหน+ใครเป็น ลูกค้าเป้าหมาย?

**กรุงเทพมหานคร**

เมืองหลวง+มีประชากรมากที่สุดในกัมพูชา



**เสียมราฐ**

แหล่งมรดกโลก+มีนักท่องเที่ยวต่างชาติกว่า 2.2 ล้านคน  
เพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 7%



**พระสีหนุ**

เมืองท่องเที่ยวชายทะเล และมีเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ)



**i** 1 ใน 3 ของบริษัทที่ลงทุนใน SEZ  
อยู่ในพระสีหนุ

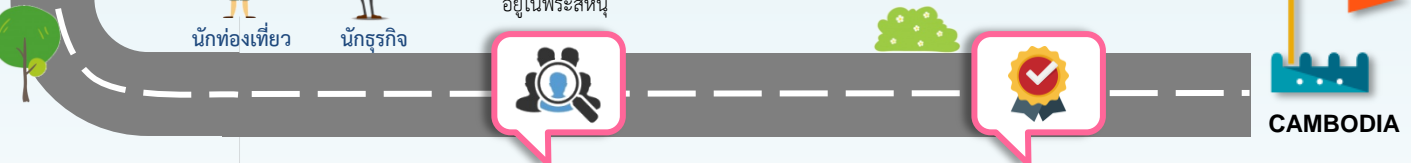
**แฟชั่น/  
ความงาม**

ชาวกัมพูชาเข้าถึงและได้รับอิทธิพลด้านแฟชั่น/ความงามจากสื่อบันเทิงต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อบันเทิงไทย นอกจากนี้ ชาวกัมพูชาในปัจจุบันมีกำลังซื้อมากขึ้น จึงเริ่มหันมาใส่ใจความงามและสุขภาพ

**ร้านอาหารและ  
Modern Café**

ชาวกัมพูชานิยมรับประทานอาหารนอกบ้านและ Fast Food มากขึ้นตามไลฟ์สไตล์ของสังคมเมือง รวมถึงชาวกัมพูชารุ่นใหม่ก็นัดพบปะกันที่ Modern Café

**แฟรนไชส์  
อะไรรุ่ง?**



CAMBODIA

**ข้อสังเกต**  
สำหรับผู้ประกอบการไทย

**การแข่งขันสูง**

ธุรกิจแฟรนไชส์ในกัมพูชาเปิดกว้างสำหรับนักลงทุนต่างชาติ ทำให้ภาวะการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการไทยจึงควรกำหนดกลุ่มลูกค้าและกลยุทธ์ให้ชัดเจน เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่รุนแรง

**การควบคุมคุณภาพสินค้า/บริการ**

ควรฝึกอบรมความรู้/ทักษะที่จำเป็นแก่ผู้ซื้อแฟรนไชส์ ชาวกัมพูชาที่อ่อนเริ่มดำเนินธุรกิจ และหมั่นตรวจสอบคุณภาพสินค้า/บริการเพื่อควบคุมคุณภาพให้เป็นมาตรฐานเดียวกันกับในประเทศไทย