



ฝ่ายวิจัยธุรกิจ

กันยายน 2559

## เรื่องนำรัฐก่อนรุกธุรกิจแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์

ปัจจุบันการขยายธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นในฟิลิปปินส์ สะท้อนได้จากแฟรนไชส์ท้องถิ่นและแฟรนไชส์ต่างประเทศที่ยังคงขยายธุรกิจในฟิลิปปินส์อย่างต่อเนื่องจากราว 50 รายในปี 2538 (เป็นปีแรกที่มีการจัดตั้งสมาคมแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์และนับเป็นช่วงเริ่มต้นของธุรกิจแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์) เป็นราว 1,500 รายในปัจจุบัน โดยมีปัจจัยสนับสนุนสำคัญจากกำลังซื้อของชาวฟิลิปปินส์ที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ส่งผลให้ความต้องการสินค้าและบริการขยายตัวตาม เนื่องจากเศรษฐกิจฟิลิปปินส์เติบโตอย่างแข็งแกร่ง ประกอบกับความเป็นเมืองที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ประชากรที่อาศัยในเขตเมืองมีจำนวนมากถึง 50 ล้านคน หรือราวครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งประเทศ อีกทั้งฟิลิปปินส์ยังเป็นตลาดขนาดใหญ่ด้วยจำนวนประชากรราว 100 ล้านคน มากเป็นอันดับ 2 ของอาเซียน รองจากอินโดนีเซีย ปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ ทำให้การขยายธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์เป็นโอกาสที่น่าสนใจของผู้ประกอบการไทยในการรุกตลาดฟิลิปปินส์ สำหรับเรื่องนำรัฐเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์ที่น่าสนใจ มีดังนี้

### ➤ ประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีศักยภาพในฟิลิปปินส์

☺ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะร้านอาหารจานด่วน ร้านกาแฟและเบเกอรี่ เนื่องจากชาวฟิลิปปินส์ชื่นชอบการรับประทาน นอกเหนือจากอาหารมื้อหลักแล้ว ยังรับประทานขนมและของว่างระหว่างมื้ออาหารเป็นประจำ รวมทั้งนิยมการสังสรรค์และรับประทานอาหารนอกบ้าน ทั้งนี้ ข้อมูลของ Philippines Statistics Authority (PSA) ระบุว่าชาวฟิลิปปินส์มีค่าใช้จ่ายเพื่อซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์สูงถึงร้อยละ 42 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดของครัวเรือนในปี 2557 คิดเป็นมูลค่า 3.87 ล้านล้านเปโซ (ราว 87.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากปี 2556 นอกจากนี้ ราวร้อยละ 50 ของประชากรฟิลิปปินส์เป็นวัยรุ่นที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ซึ่งชื่นชอบการลิ้มลองอาหารรสชาติแปลกใหม่ เปิดรับวัฒนธรรมการบริโภคจากต่างประเทศ รวมทั้งชอบรวมกลุ่มพบปะสังสรรค์และรับประทานอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้าน ขณะเดียวกันมาตรฐานของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ที่สูงขึ้นตามระดับรายได้และความใส่ใจเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร ทำให้ความนิยมรับประทานอาหารตามร้านอาหารเพิ่มขึ้นจากเดิมที่นิยมรับประทานอาหารจากร้านรถเข็นข้างทาง ทั้งนี้ ปัจจุบันแฟรนไชส์สัญชาติฟิลิปปินส์รายสำคัญ คือ Jollibee Foods Corp. ซึ่งดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์อาหารจานด่วนและเครื่องดื่มหลากหลายประเภท มีสาขาแฟรนไชส์ราว 1,000 แห่งทั้งในฟิลิปปินส์และต่างประเทศ ขณะที่แฟรนไชส์ต่างประเทศชั้นนำที่ขยายธุรกิจในฟิลิปปินส์ อาทิ McDonalds, KFC, Dairy Queen, Domino's Pizza, Costa Coffee และ Coffee Bean & Tea Leaf รวมทั้งแฟรนไชส์ของไทย อาทิ Black Canyon และโคคาสุก็ เป็นต้น ขณะที่ Café Amazon ของกลุ่มปตท. ประกาศแผนขยายแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์เช่นกัน สะท้อนโอกาสในการขยายธุรกิจดังกล่าวยังเปิดกว้าง

☺ ธุรกิจเกี่ยวกับการดูแลรถยนต์ ในปี 2558 ฟิลิปปินส์มีรถยนต์วิ่งบนท้องถนนราว 3.4 ล้านคัน (เกือบครึ่งหนึ่งอยู่ในเขต Metro Manila) ขณะที่ตลาดรถยนต์ยังมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องตาม

รายได้ของชาวฟิลิปปินส์ที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดย Mitsubishi Motors Philippines Corp. คาดการณ์ว่าในปี 2563 ยอดจำหน่ายรถยนต์ในฟิลิปปินส์จะเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวเป็น 500,000 คัน จาก 288,609 คัน ในปี 2558 ซึ่งเมื่อเทียบกับไทยที่มียอดจำหน่ายรถยนต์กว่า 1 ล้านคัน จะเห็นได้ว่าตลาดรถยนต์ในฟิลิปปินส์ยังเติบโตได้อีกมาก ซึ่งกระตุ้นความต้องการใช้บริการดูแลรักษารถยนต์ โดยเฉพาะศูนย์บริการคาร์แคร์และศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ครบวงจรที่เน้นการให้บริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ทั้งนี้ แฟรนไชส์รายสำคัญในธุรกิจดังกล่าว คือ Auto Service Experts ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างนักลงทุนท้องถิ่นกับ Midas International Corp. จากสหรัฐฯ

### ➤ รูปแบบการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์

การดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบที่เจ้าของแฟรนไชส์ขายสิทธิให้แก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นภายใต้การจัดทำสัญญาธุรกิจแฟรนไชส์ (The Franchise Agreement : FA) ซึ่งเป็นเอกสารสัญญาทางกฎหมายที่ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับข้อตกลงต่างๆ อาทิ การให้สิทธิ์แฟรนไชส์ ระยะเวลาของสัญญา ค่าธรรมเนียม และการโอนสิทธิ์ เป็นต้น นอกจากนี้ นักลงทุนต่างชาติสามารถจัดตั้งบริษัทที่ถือหุ้นเองทั้งหมดเพื่อขยายสาขาแฟรนไชส์ได้โดยตรงในฟิลิปปินส์ ซึ่งมีข้อดีคือสามารถควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ธุรกิจแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์อยู่ภายใต้กฎหมายค่าปลิก ซึ่งยังมีข้อจำกัดบางประการสำหรับบริษัทต่างชาติที่ลงทุนในลักษณะดังกล่าว กล่าวคือ มีการกำหนดให้บริษัทต่างชาติที่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท โดยถือหุ้นเองทั้งหมดเพื่อขยายสาขาแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์ ต้องมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (Paid-up Capital) ไม่ต่ำกว่า 2.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และบริษัทต้องมีทรัพย์สินสุทธิ (Net Worth) อย่างน้อย 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งข้อจำกัดนี้ส่งผลให้การลงทุนในรูปแบบดังกล่าวจำกัดเฉพาะบริษัทต่างชาติรายใหญ่เท่านั้น

### ➤ Metro Manila...ทำเลที่ควรพิจารณาเป็นลำดับแรก

การเลือกทำเลที่ตั้งนับเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจแฟรนไชส์ โดย Metro Manila หรือ National Capital Region (NCR) เป็นเขตมหานครที่มีประชากรราว 13 ล้านคน ครอบคลุมพื้นที่กรุงมะนิลา เมืองหลวงของฟิลิปปินส์และเขตปริมณฑล (คล้ายกับพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล) นับเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจลำดับแรก เนื่องจากเป็นเขตชุมชนเมืองที่ประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น และเป็นศูนย์รวมของกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงของประเทศ รวมทั้งเป็นแหล่งรวมห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ทำให้สามารถเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงทั้งชาวฟิลิปปินส์ ตลอดจนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งในปี 2558 เดินทางมาเยือนฟิลิปปินส์ราว 5.36 ล้านคน ทั้งนี้ ในปี 2557 ประชากรใน Metro Manila มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีสูงราว 8,230 ดอลลาร์สหรัฐฯ สูงกว่ารายได้เฉลี่ยของทั้งประเทศ ซึ่งอยู่ที่ราว 3,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ

ผู้ประกอบการไทยที่สนใจเข้าไปลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์ควรศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อสร้างความเข้าใจถึงลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดฟิลิปปินส์ โดยหากมีพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญจะช่วยให้การเข้าถึงตลาดผู้บริโภคทำได้ง่ายและราบรื่นขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการไทยสามารถเริ่มต้นจากการเข้าร่วมงาน Franchise Asia Philippines Expo ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่กรุงมะนิลา ซึ่งมีแฟรนไชส์จากต่างประเทศเข้าร่วมงานกว่า 600 ราย เพื่อพบปะและสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และมีโอกาสต่อยอดสู่การซื้อขายแฟรนไชส์ได้ในอนาคต นอกจากนี้ หากมีการตกลงซื้อขายแฟรนไชส์ ผู้ประกอบการควรจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ รวมถึงการทำสัญญา FA ที่มีรายละเอียดครบถ้วนและรัดกุมเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อแฟรนไชส์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในอนาคต

*Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด*