

## เคล็ดลับ (ไม่) ลับก่อนรุกตลาดแฟรนไชส์ในกัมพูชา

ธุรกิจแฟรนไชส์กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในกัมพูชาด้วยแรงสนับสนุนสำคัญจากเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องกว่า 6% ต่อปี และการขยายตัวอย่างรวดเร็วของสังคมเมือง ประกอบกับชาวกัมพูชารุ่นใหม่พร้อมเปิดรับการบริโภคในรูปแบบใหม่และมีไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปเป็นแบบสังคมเมือง อาทิ การพบปะสังสรรค์ตามร้านอาหารและร้านกาแฟสมัยใหม่ ส่งผลให้ธุรกิจที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์สมัยใหม่อย่างธุรกิจแฟรนไชส์เติบโตตามกันอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งไทยมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและต้องการรุกขยายตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะรุกทำตลาดกัมพูชา ผู้ประกอบการควรทราบถึงประเด็นที่ต้องใส่ใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจแฟรนไชส์ในกัมพูชา ดังนี้

### รูปแบบการขายแฟรนไชส์ที่เหมาะสม โดยทั่วไปการขายแฟรนไชส์มี 2 รูปแบบหลัก ได้แก่

- รูปแบบ Master Franchise เป็นรูปแบบที่นิยมในการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ไปต่างประเทศรวมทั้งกัมพูชา โดยผู้ประกอบการไทยมักนิยมขาย Master Franchise ให้นักธุรกิจท้องถิ่นหรือนักธุรกิจไทยที่มีความเชี่ยวชาญในกัมพูชา เนื่องจากสามารถปิดจุดอ่อนของการไม่เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศที่จะเข้าไปลงทุนและไม่ชำนาญในการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมกับการลงทุน นอกจากนี้ นักธุรกิจท้องถิ่นยังมีสายสัมพันธ์กับนักธุรกิจรายอื่นที่มีศักยภาพในการมาซื้อ Sub-Franchise ไปลงทุนอีกทอดหนึ่ง และยังคงดูแล Sub-Franchise ในพื้นที่ได้ใกล้ชิดมากกว่า โดยลักษณะสัญญาการขายแบบ Master Franchise จะระบุจำนวนสาขาแฟรนไชส์ที่ผู้ได้รับ Master Franchise ต้องขยายให้ได้ตามที่ตกลงกันไว้ ดังนั้น จุดเสี่ยงสำคัญของการขายแฟรนไชส์ในรูปแบบนี้ จึงเป็นการเลือกผู้ซื้อ Master Franchise เนื่องจากเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการส่งมอบประสบการณ์ที่มีต่อแบรนด์ให้กับผู้บริโภคในวงกว้าง

- รูปแบบ Direct Franchise เป็นการขายสิทธิ์แฟรนไชส์ตรงแก่นักลงทุนแต่ละรายไป โดยรูปแบบดังกล่าวเหมาะสำหรับเจ้าของแฟรนไชส์ที่มีความพร้อมในการเข้าไปศึกษา สำรวจพื้นที่และพฤติกรรมเชิงลึกของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย รวมถึงทำการตลาดและดูแลผู้ซื้อแฟรนไชส์ในกัมพูชาเอง ซึ่งมีข้อดีคือเจ้าของแฟรนไชส์สามารถรักษามาตรฐานแฟรนไชส์ได้ เพราะต้องควบคุมการดำเนินงานเอง แต่อาจมีขั้นตอนการดำเนินงานมากขึ้นและขยายแฟรนไชส์ได้ช้ากว่ารูปแบบ Master Franchise

### พิจารณาผู้ซื้อแฟรนไชส์ที่มีศักยภาพ

- กรณีการขายแฟรนไชส์แบบ Master Franchise ควรคัดเลือก Master Franchise ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการทำการตลาดในพื้นที่ ซึ่งจะสามารถช่วยประชาสัมพันธ์แบรนด์และเจาะตลาดได้ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งควรเลือก Master Franchise ที่มีความสามารถในด้านบริหารจัดการและดูแลการดำเนินงานของ Sub-Franchise ให้ได้มาตรฐานตามที่ต้องการ

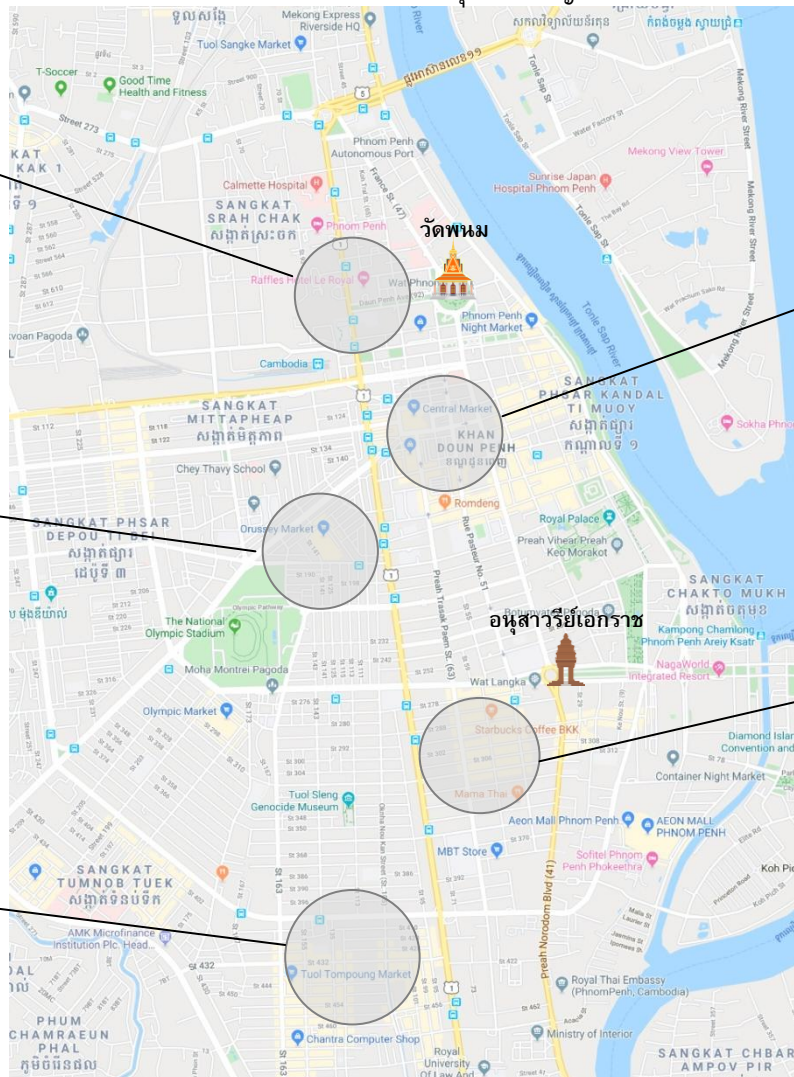
- กรณีการขายแฟรนไชส์แบบ Direct Franchise ควรคัดเลือกผู้ซื้อแฟรนไชส์ที่มีความน่าเชื่อถือ มีความตั้งใจจริงในการทำธุรกิจ และเข้าใจระบบแฟรนไชส์ มากกว่าการมุ่งขายแฟรนไชส์ให้ได้จำนวนมาก และอาจต้องปฏิเสธผู้สนใจซื้อแฟรนไชส์ที่คุณสมบัติไม่เหมาะสม เพราะหากผู้ซื้อแฟรนไชส์ไม่ใส่ใจรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นไปตามมาตรฐาน ย่อมส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงแบรนด์และผู้ประกอบการรายอื่นที่ขายสินค้า/บริการภายใต้แฟรนไชส์เดียวกัน

☑ **เลือกทำเลที่ตั้งที่มีศักยภาพ** ธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชามองว่าการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงในปัจจุบัน ดังนั้น การเลือกทำเลที่ตั้งที่มีศักยภาพจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยกำหนดความสำเร็จของธุรกิจ โดยทำเลที่มีความเป็นไปได้ที่ผู้ได้รับสิทธิ์ (Franchisee) จะนำมาเสนอ ส่วนใหญ่มีก้อยู่ในย่านเศรษฐกิจและแหล่งรวมของชาวกัมพูชาสมัยใหม่ในกรุงพนมเปญ ซึ่งทำเลที่น่าสนใจ มีดังนี้

- **ย่านบึงแกงกอง (Boeung Keng Kang หรือ BKK)** เป็นย่านที่พักอาศัยของชาวต่างชาติในกัมพูชา ตั้งอยู่ใจกลางกรุงพนมเปญใกล้กับอนุสาวรีย์เอกราช ถือเป็นพื้นที่สำคัญทางธุรกิจเทียบได้กับย่านถนนทองหล่อของไทย เนื่องจากเป็นแหล่งรวมร้านอาหารและเครื่องดื่มหลากหลายสไตล์ รองรับชาวต่างชาติที่มาทำงานหรือมาท่องเที่ยวในกัมพูชา รวมถึงเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ของชาวกัมพูชาที่มีฐานะค่อนข้างดี จึงมีร้านอาหารและเครื่องดื่มในรูปแบบแฟรนไชส์จากต่างประเทศให้พบเห็นเป็นจำนวนมาก อาทิ Starbucks, KFC, Burger King, Mo-Mo-Paradise, Eric Kayser, Gloria Jean's, Bonchon และ KOI ตลอดจนแฟรนไชส์ไทยอย่าง Café Amazon และ Inthanin ทั้งนี้ ร้านอาหารและเครื่องดื่มในย่านนี้ควรตกแต่งอย่างมีเอกลักษณ์และทันสมัย เพราะลูกค้าในย่านนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคระดับกลาง-บน ต้องการสินค้าและบริการที่ดีมีสไตล์

- **ย่านธุรกิจการเงิน** อยู่ทางด้านเหนือของกรุงพนมเปญใกล้กับวัดพนม เป็นพื้นที่ตั้งของธนาคารต่างชาติและอาคารตึกชั้นนำของกัมพูชาจำนวนมาก อาทิ อาคารสำนักงานใหญ่ของ Canadia Bank และอาคาร Vattanac Capital Tower เป็นแลนด์มาร์กสำคัญในย่านดังกล่าว ทั้งนี้ ธุรกิจแฟรนไชส์ในย่านนี้เน้นเจาะกลุ่มลูกค้าพนักงานออฟฟิศและผู้บริหารของธุรกิจเป็นหลัก ทำให้มีลูกค้าหนาแน่นในช่วงเช้าและกลางวัน

แผนที่ทำเลศักยภาพในกรุงพนมเปญ



- ย่านตลาดการค้าที่สำคัญ เป็นอีกทำเลที่น่าสนใจสำหรับธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารและเครื่องดื่ม จากการเป็นแหล่งจับจ่ายของชาวกัมพูชาและมีนักท่องเที่ยวต่างชาติแวะเวียนมาเลือกซื้อสินค้าอยู่สม่ำเสมอ โดยตลาดการค้าที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ *Russia Market* ซึ่งนอกจากจะเป็นแหล่งรวมสินค้าที่หลากหลายแล้วยังมีจุดเด่นตรงที่เป็นศูนย์รวมอะไหล่เครื่องยนต์ของรถยนต์และรถจักรยานยนต์คล้ายย่านวรจักรและวงเวียน 22 ของไทย *Central Market* ซึ่งเป็นย่านค้าปลีกที่ใหญ่และเก่าแก่ที่สุดของกัมพูชา มีสินค้าหลายประเภททั้งสินค้าแฟชั่น เครื่องประดับ ทองคำ เครื่องใช้ไฟฟ้า ตลอดจนอาหารสด อาหารทะเล ผักผลไม้ และสินค้าพื้นเมืองสำหรับเป็นของฝาก *Orussey Market* เป็นตลาดค้าปลีกและค้าส่งที่สำคัญที่สุดในกรุงเทพมหานคร มีหลากหลายโซนทั้งโซนตลาดสด โซนค้าผ้าที่คล้ายย่านสำเพ็งและพาหุรัด โซนเสื้อผ้าวัยรุ่น กระเป๋า รองเท้า ที่คล้ายตลาดนัดจตุจักร และแพลงทินัม ประตูน้ำ รวมถึงโซนสินค้าเครื่องเขียนนานาชาติ

☑ ไม่ละเลยเรื่องเครื่องหมายการค้า ผู้ประกอบการควรจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหากรณีที่มีผู้อื่นนำเครื่องหมายการค้าไปจดทะเบียนตัดหน้า และการลอกเลียนแบบเครื่องหมายการค้า โดยผู้ประกอบการมี 2 ทางเลือก ได้แก่ 1) ยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศภายใต้ระบบ *Madrid Protocol* กับกรมทรัพย์สินทางปัญญาของไทย เนื่องจากกัมพูชาได้เข้าเป็นสมาชิกของระบบ *Madrid Protocol* แล้วตั้งแต่ปี 2558 และ 2) ยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าโดยตรงกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ของกัมพูชา ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยควรดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตั้งแต่เริ่มมีแผนขยายแฟรนไชส์ไปตลาดกัมพูชา โดยเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเป็นเวลา 10 ปี และสามารถขอต่ออายุได้ต่อเนื่องครั้งละ 10 ปี

☑ รอบคอบในการทำสัญญาแฟรนไชส์ โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการธุรกิจแฟรนไชส์อย่างครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นหน้าที่ของผู้ได้รับสิทธิ์และเจ้าของสิทธิ์แฟรนไชส์ การทำการตลาด การไม่เปิดเผยความลับ ข้อกำหนดด้านทรัพย์สินทางปัญญา การจัดการข้อพิพาท และที่สำคัญควรระบุการอนุญาตสิทธิ์ (*Permission*) ในการใช้เครื่องหมายการค้า (*Trademark License*) ในสัญญาแฟรนไชส์ด้วย เพื่อให้มีความรัดกุมมากขึ้นแม้ว่าผู้ประกอบการจะดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้วก็ตาม นอกจากนี้ ยังควรระบุข้อตกลงในรายละเอียดปลีกย่อย อาทิ หากมีการประชาสัมพันธ์ทำการตลาด ควรต้องระบุให้ชัดเจนว่าฝ่ายใดจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว เป็นต้น ทั้งนี้ **ปัจจุบันกัมพูชายังไม่มีกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เป็นการเฉพาะ ดังนั้น การทำสัญญาแฟรนไชส์ที่ครอบคลุมและมีรายละเอียดที่ชัดเจนจะเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยป้องกันความเสียหายให้เจ้าของสิทธิ์แฟรนไชส์ โดยเฉพาะเมื่อเกิดกรณีพิพาทหรือมีการละเมิดข้อตกลงระหว่างกัน**

สำหรับผู้ประกอบการไทยที่สนใจขยายธุรกิจแฟรนไชส์ไปกัมพูชาควรศึกษาข้อมูลกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อต้นทุนทางธุรกิจ อาทิ กฎหมายแรงงาน สวัสดิการพนักงาน และการขอใบอนุญาตทำงาน รวมถึงการศึกษาลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดกัมพูชา โดยในเบื้องต้นสามารถศึกษาข้อมูลและขอรับคำแนะนำจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (*DITP*) และสถานเอกอัครราชทูตไทยในกัมพูชา รวมถึง *EXIM BANK* ซึ่งปัจจุบันมีสำนักงานผู้แทนในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งมีโครงการบ่มเพาะเสริมความรู้ ตลอดจนกิจกรรมการจับคู่ทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายธุรกิจไปยังกัมพูชาอีกด้วย

\* ความตกลงจัดตั้งระบบการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่เจ้าของเครื่องหมายการค้าในการขอรับความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ โดยสามารถยื่นคำขอที่สำนักงานต้นทางในประเทศตนเอง สำหรับประเทศไทยยื่นผ่านกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อขอรับความคุ้มครองในประเทศภาคีสมาชิกพิธีสารมาดริด