

แฟรนไชส์...อีกรูปแบบหนึ่งของการทำธุรกิจในอินเดีย

การทำแฟรนไชส์^{1/} ถือเป็นช่องทางหนึ่งที่ธุรกิจหลายแห่งจากทั่วโลกนิยมใช้ในการขยายธุรกิจในอินเดีย เนื่องจากอินเดียเป็นตลาดขนาดใหญ่ทั้งในแง่ของจำนวนประชากรและขนาดพื้นที่ ประกอบกับในช่วงก่อนหน้านี้ ทางกรอินเดียวยังไม่อนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจค้าปลีก^{2/} ดังนั้น นักลงทุนต่างชาติจึงได้ใช้แฟรนไชส์เป็นช่องทางในการขยายตลาดในอินเดีย ซึ่งนอกจากจะสามารถเข้าถึงตลาดอินเดียแล้ว การขยายธุรกิจผ่านระบบแฟรนไชส์ยังเป็นการช่วยลดความเสี่ยงให้แก่เจ้าของธุรกิจชาวต่างชาติอีกด้วย เนื่องจากไม่ต้องใช้เงินลงทุนก้อนใหญ่เหมือนดังเช่นการเข้าไปลงทุนโดยตรง

ภาพรวมธุรกิจแฟรนไชส์ในอินเดีย

ธุรกิจแฟรนไชส์ในอินเดียถือกำเนิดขึ้นมานานหลายทศวรรษแล้ว โดยเริ่มมาจากธุรกิจค้าปลีกบริการ “การศึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ” เป็นธุรกิจแรก ก่อนขยายครอบคลุมสู่ธุรกิจอื่น ๆ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา แฟรนไชส์ได้รับความนิยมในอินเดียมากขึ้น โดยได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วตามเมืองใหญ่ ซึ่งประชากรมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง อาทิ กรุงนิวเดลี (เมืองหลวงของอินเดีย) และมุมไบ (เมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของอินเดีย) และกลายเป็นช่องทางในการค้าปลีกสินค้าและบริการภายในประเทศที่มีบทบาทสำคัญมากขึ้นทั้งในหมู่นักธุรกิจชาวอินเดียและชาวต่างชาติ ปัจจุบันธุรกิจแฟรนไชส์ในอินเดียขยายตัวสูงถึงปีละ 40% โดยมีธุรกิจแฟรนไชส์กว่า 50,000 แห่ง กระจายอยู่ทั่วประเทศในหลากหลายธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นแฟรนไชส์ด้านการศึกษา บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจค้าปลีก บันเทิง สุขภาพ และอาหารจานด่วน เป็นต้น โดยมียอดขายรวมคิดเป็นสัดส่วนราว 50% ของยอดขายค้าปลีกทั้งหมด



การเปิดแฟรนไชส์ในอินเดีย

ทางการอินเดียอนุญาตให้ผู้ขายแฟรนไชส์เรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee) จากผู้ซื้อแฟรนไชส์เพียงครั้งเดียว คือตอนเริ่มเปิดดำเนินการ โดยเรียกเก็บสูงสุดได้ไม่เกิน 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเก็บค่า Royalty Fee สูงสุดได้ไม่เกิน 5% ของยอดขายต่อเดือน แต่ในกรณีที่มีการเก็บค่า Royalty Fee มากกว่า 5% จะต้องได้รับอนุมัติจาก

^{1/} แฟรนไชส์ (Franchise) เป็นข้อตกลงที่เจ้าของธุรกิจหรือผู้ขายแฟรนไชส์ (Franchisor) อนุญาตให้ผู้ขอรับสิทธิ์หรือผู้ซื้อแฟรนไชส์ (Franchisee) ดำเนินธุรกิจหรือบริการภายใต้ชื่อการค้าของตน โดยผู้ซื้อแฟรนไชส์ต้องปฏิบัติตามรูปแบบการทำธุรกิจของผู้ขายแฟรนไชส์รวมทั้งต้องจ่ายค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ให้กับผู้ขายแฟรนไชส์ตามสัญญาที่ตกลงกันไว้ด้วย

^{2/} เมื่อเดือนมกราคม 2549 ทางกรอินเดียวยังอนุญาตให้บริษัทค้าปลีกของต่างชาติที่ขายสินค้าเพียงยี่ห้อเดียว (Single-brand Retail Company) เข้ามาลงทุนโดยถือหุ้นได้ไม่เกิน 51% ของจำนวนหุ้นทั้งหมด

ธนาคารกลางอินเดียก่อน ทั้งนี้ การเปิดแฟรนไชส์แต่ละแห่งในอินเดียโดยทั่วไปใช้เงินลงทุนราว 10,000-40,000 ดอลลาร์สหรัฐ

โอกาสสำหรับธุรกิจไทย

ปัจจุบันมีธุรกิจของไทยบางประเภท อาทิ ธุรกิจด้านการศึกษา เช่น สมาร์ท เบรน ซึ่งเป็นแฟรนไชส์เลขคณิตคิดเร็ว ได้ขยายตลาดในอินเดียผ่านระบบแฟรนไชส์แล้ว นอกจากนี้ ยังมีสินค้าและบริการอีกหลายประเภทของไทยที่มีศักยภาพในตลาดอินเดีย ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านความงามและสุขภาพ อาหารแช่แข็ง ร้านอาหารไทย ร้านสะดวกซื้อ การก่อสร้าง เครื่องยนต์และชิ้นส่วน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การทำแฟรนไชส์ในอินเดียก็มีสิ่งที่ควรคำนึงถึงในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเลือกหุ้นส่วนทางธุรกิจที่เหมาะสม ซึ่งควรจะเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทางธุรกิจในตลาดท้องถิ่น และมีความไว้วางใจกันเพื่อให้สามารถทำธุรกิจร่วมกันได้ในระยะยาว นอกจากนี้ นักลงทุนต่างชาติที่จะเข้าไปทำธุรกิจอินเดียควรต้องศึกษาระบบภาษีและกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้รอบคอบ รวมทั้งต้องทราบถึงความต้องการและเข้าถึงรสนิยมของผู้บริโภคท้องถิ่นด้วย เพื่อประโยชน์ต่อความสำเร็จของธุรกิจ ทั้งนี้ การเข้าร่วมงาน “India Franchise Expo” ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในกรุงนิวเดลี ก็อาจช่วยเพิ่มโอกาสให้แก่ธุรกิจที่ต้องการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ไปยังตลาดแห่งนี้

ส่วนเศรษฐกิจต่างประเทศ ฝ่ายวิชาการ

พฤษภาคม 2550