

ธุรกิจแฟรนไชส์ในกัมพูชา

- ☉ กระแสธุรกิจแฟรนไชส์ในกัมพูชาได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นด้วยแรงสนับสนุนสำคัญจากเศรษฐกิจกัมพูชาที่เติบโตต่อเนื่องราว 7% ต่อปี ประกอบกับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของสังคมเมืองและชาวกัมพูชารุ่นใหม่พร้อมเปิดรับการบริโภคในรูปแบบใหม่ๆ มีจำนวนเพิ่มขึ้น
- ☉ นักท่องเที่ยวต่างชาติในกัมพูชา ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นหนึ่งในกลุ่มเป้าหมายสำคัญของธุรกิจแฟรนไชส์ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและคุ้นเคยกับการให้บริการในรูปแบบแฟรนไชส์เป็นอย่างดี
- ☉ กฎหมายและกฎระเบียบของกัมพูชาเปิดกว้างให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุน ส่งผลให้ธุรกิจแฟรนไชส์ต่างชาติ รวมถึงของไทยทยอยขยายธุรกิจเข้ามาในกัมพูชาอย่างต่อเนื่อง
- ☉ ธุรกิจแฟรนไชส์ที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพในตลาดกัมพูชา อาทิ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจกาแฟและเบเกอรี่ และธุรกิจสปา

ปัจจัยสนับสนุนการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ในกัมพูชา



คนรุ่นใหม่กล้าใช้จ่าย

65% ของประชากรทั้งหมด อายุต่ำกว่า 30 ปี

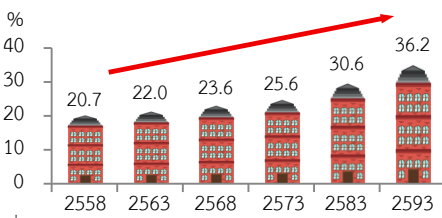


กลุ่มประชากรในกรุงพนมเปญที่มีกำลังซื้อ

13% มีรายได้ \$600-1,000/เดือน

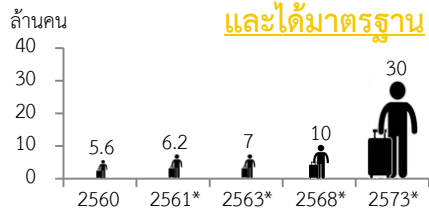
6% มีรายได้ \$1,000-2,000/เดือน

Urbanization Rate



ที่มา : World Bank

นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการบริการในแบบที่คุ้นเคย และได้มาตรฐาน



หมายเหตุ : * คาดการณ์โดย Ministry of Tourism, Cambodia



พื้นที่ศักยภาพของธุรกิจแฟรนไชส์



1) กรุงพนมเปญ

เมืองหลวงและศูนย์กลางธุรกิจ

2) จังหวัดเสียมราฐ

แหล่งท่องเที่ยวสำคัญระดับโลก

3) จังหวัดพระสีหนุ

แหล่งท่องเที่ยวและศูนย์กลางการค้าแห่งใหม่

ข้อสังเกต : พื้นที่ศักยภาพอยู่ในเขตเมืองที่มีประชากรอาศัยหนาแน่น และเป็นศูนย์รวมของกลุ่มผู้บริโภคกำลังซื้อสูงของประเทศ รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและแหล่งรวมศูนย์การค้าขนาดใหญ่ เพื่อเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อทั้งชาวกัมพูชารุ่นใหม่ ชาวต่างชาติที่ทำงานในกัมพูชา ตลอดจนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

กฎหมายและกฎระเบียบ

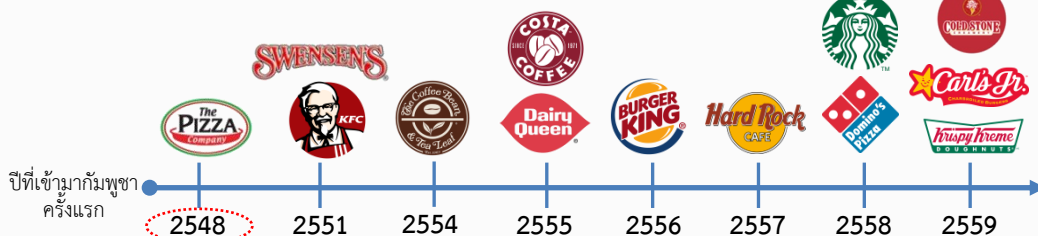
ปัจจุบันกัมพูชายังไม่มีกฎหมายเฉพาะที่กำกับดูแลการค้าเงินธุรกิจแฟรนไชส์ แต่ธุรกิจแฟรนไชส์ถูกควบคุมด้วยกฎหมายต่างๆ ดังนี้

- กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (Civil and Commercial Law)
- กฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้า ชื่อการค้า และการแข่งขันอันไม่เป็นธรรม (Law concerning Marks, Trade Names and Acts of Unfair Competition)
- กฎหมายสัญญาการค้า (Law on Commercial Contracts)

Key Success Factors

- เลือก Master Franchise ที่มีศักยภาพทั้งด้านการบริหารจัดการและด้านเงินทุน
- ทำสัญญา (กับ Master Franchise) อย่างรอบคอบและรัดกุม โดยต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าใครดูแลค่าใช้จ่ายส่วนใด
- จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าป้องกันการเลียนแบบตราสินค้า
- เจ้าของแฟรนไชส์ต้องเข้าไปช่วยดูแลการประชาสัมพันธ์และการตลาด
- เลือกทำเลที่ตั้งในย่านชุมชนหรือห้างสรรพสินค้า

การเข้ามาขยายธุรกิจของแฟรนไชส์ระดับโลกในกัมพูชา



ข้อสังเกต : แฟรนไชส์จากต่างประเทศส่วนใหญ่เริ่มต้นธุรกิจในกรุงพนมเปญ (ยกเว้น Hard Rock Cafe ที่เปิดสาขาแรกในเมืองเสียมราฐ) ก่อนที่จะขยายสาขาไปยังพื้นที่อื่น

ธุรกิจแฟรนไชส์ของไทยในตลาดกัมพูชา

ประเภทธุรกิจ	แบรนด์	จำนวนสาขา
ร้านอาหาร	BLACK CANYON COFFEE & EATERY	5 สาขา
	BAR-B-Q	2 สาขา
	Sop	2 สาขา
	ไก่แม่ไก่	2 สาขา
	กัญ	1 สาขา
	SANTA FE	1 สาขา
	ร้านกาแฟและเบเกอรี่	Amazon Coffee
COFFEE TODAY	45 สาขา	
True Coffee	1 สาขา	
ARABICA CAFE	15 สาขา	
CHAN PAYOM	20 สาขา	
DOLOLO COFFEE	5 สาขา	
INTELLIGENT COFFEE	5 สาขา	
POI PHANG	3 สาขา	
Inthanin	1 สาขา	
ธุรกิจสปา	Let's Relax	3 สาขา

การลงทุนธุรกิจสปาส่วนใหญ่ในกัมพูชาอยู่ในรูปแบบ Hotel Spa ซึ่งบริหารโดยโรงแรมระดับสากลจากต่างประเทศ อาทิ Le Meridien Spa และ So Spa by Sofitel

สปาในรูปแบบ Day Spa ที่มีมาตรฐานสากลยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับความต้องการ จึงเป็นโอกาสที่แฟรนไชส์สปาของไทยจะเข้าไปขยายธุรกิจ โดยใช้จุดเด่นด้านรูปแบบการทำสปาที่สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นไทย

หมายเหตุ : ข้อมูล ณ สิงหาคม 2561