

คาดการณ์แฟรนไชส์ฟิลิปปินส์จะเติบโตร้อยละ 10 -13 ใน 5 ปีข้างหน้า



นาง Sherill R. Quintana ประธานสมาคมแฟรนไชส์ฟิลิปปินส์ (The Philippine Franchising Association: PFA) เปิดเผยว่า สมาคมฯ ได้คาดการณ์ว่าในปี 2567 อุตสาหกรรมแฟรนไชส์จะเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 10 – 13 โดยได้แรงหนุนจากกลุ่มธุรกิจอาหาร บริการ และการค้าปลีก และหวังว่าอัตราการเติบโตจะขยายไปจนถึงระยะเวลา 5 ปี ทั้งนี้ ในปีที่แล้วอุตสาหกรรมแฟรนไชส์ของฟิลิปปินส์มีรายได้ 27,000 ล้านดอลลาร์ และคาดว่าจะรายได้ในปีนี้จะเติบโตร้อยละ 13 นอกจากนี้ นาย Chris Lim ประธานกรรมการ PFA กล่าวว่า หนึ่งในปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมในปีนี้เป็นคือ ธุรกิจอาหาร โดยเมื่อดูจากรายงานทั้งหมดพบว่า ผู้เล่นแฟรนไชส์ด้านอาหารมีจำนวนมากขึ้นและน่าจะสูงกว่าระดับก่อนเกิดการแพร่ระบาดฯ ในขณะที่แฟรนไชส์ธุรกิจบริการยังมีการเติบโตล่าช้า เช่น ร้านอาหารและสปา นอกจากนี้ บางแห่งยังไม่สามารถเปิดบริการอย่างเต็มที่ด้วยซ้ำ โดยคาดการณ์ว่าในส่วนของภาคธุรกิจบริการจะฟื้นตัวได้ในปีหน้า อย่างไรก็ตาม นาย Chris Lim ได้ตั้งข้อสังเกตว่า อุตสาหกรรมแฟรนไชส์ต้องเฝ้าระวังแฟรนไชส์ทางการเกษตร เนื่องจากมีแรงผลักดันอย่างมากสำหรับธุรกิจดังกล่าวในฟิลิปปินส์ โดยเห็นว่าแฟรนไชส์สามารถให้บริการภาคส่วนดังกล่าวได้มากกว่าผู้ค้าปลีก ซึ่งเป็นผู้ที่จัดหาปัจจัยการผลิตให้กับแฟรนไชส์หรือภาคเกษตรกรรม หรือแม้แต่ภาคบริการ และสามารถมองเห็นการสร้างระบบนิเวศทั้งหมดที่จะสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงทางการเกษตร

ขณะที่ นาย Richard Sanz ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของ BBK Group กล่าวว่า ธุรกิจร้านอาหารสามารถขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมแฟรนไชส์ในอีก 5 ถึง 10 ปีข้างหน้า ทั้งนี้ ในช่วงที่เกิดโรคระบาดสังเกตเห็นว่ามีผู้ผลิตกาแฟทำเอง (Homebrewers) จำนวนมากที่เชี่ยวชาญหันมากระดบประสบการณ์กาแฟอย่างแท้จริง โดยเมื่อสถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ ทำให้ร้านอาหารมากมายกลับมาเปิดให้บริการ ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวปรากฏให้เห็นทั่วทุกแห่งในเอเชีย โดยเฉพาะเมื่อมองไปที่ประเทศเกาหลีและญี่ปุ่น กาแฟถือเป็นตัวขับเคลื่อนตลาดอาหารและเครื่องดื่มเป็นอย่างมาก ทำให้เชื่อว่าแม้ว่าในฟิลิปปินส์อาจจะช้ากว่า 10 ปี แต่จะเติบโตอย่างรวดเร็วและเป็นตลาดที่ใหญ่

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ สมาคม PSA มีกำหนดจัดงานแสดงแฟรนไชส์ระดับนานาชาติระหว่างวันที่ 27 ถึง 29 ตุลาคม 2566 พร้อมทั้งจะมีการประชุม Back-to-Back สภาแฟรนไชส์โลก (The World Franchise Council) และสมาพันธ์แฟรนไชส์เอเชียแปซิฟิก (Asia-Pacific Franchise Confederation) ระหว่างวันที่ 25 - 27 ตุลาคม 2566 ด้วย

ที่มา: หนังสือพิมพ์ *Business World*

บทวิเคราะห์/ข้อคิดเห็น

- อุตสาหกรรมแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์นับเป็นภาคส่วนที่เติบโตเร็วที่สุดในประเทศและกลายเป็นกำลังสำคัญในระบบเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ฟิลิปปินส์ได้รับการขนานนามว่า เป็นศูนย์กลางแฟรนไชส์แห่งเอเชีย (The Franchising Hub in Asia) นอกจากนี้ ฟิลิปปินส์ยังถือเป็นตลาดแฟรนไชส์ใหญ่เป็นอันดับ 7 ของโลก และเป็นหนึ่งในตลาดแฟรนไชส์ที่เร็วที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยอุตสาหกรรมแฟรนไชส์ฟิลิปปินส์มีมูลค่ารวม 6.05 แสนล้านเปโซ คิดเป็นร้อยละ 7.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มีส่วนสร้างงาน 2 ล้านงานทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ อุตสาหกรรมแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์เริ่มมีการเติบโตอย่างโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับในช่วง 10 กว่าที่ผ่านมา โดยปัจจุบันมีจำนวนแฟรนไชส์อยู่ประมาณ 2,000 แห่ง จากเพียงประมาณ 50 แห่งในปี 2538 ซึ่งครอบคลุมทั้งภาคธุรกิจอาหาร การค้าปลีกและบริการ โดยแบ่งเป็นแฟรนไชส์ต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 34 และแฟรนไชส์ท้องถิ่น (Local Franchise) ร้อยละ 66 นอกจากนี้ ในช่วงที่ผ่านมา การทำธุรกิจแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่า มีอัตราประสบความสำเร็จที่สูงถึงร้อยละ 90 ซึ่งดีกว่าธุรกิจค้าปลีกที่มีอัตราสำเร็จเพียงร้อยละ 25 เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงน้อย จึงไม่เป็นที่น่าแปลกใจที่มีจำนวนผู้ประกอบการจำนวนมากสนใจและต้องการเข้าสู่ตลาดแฟรนไชส์ โดยประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ที่เป็นที่นิยมในฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงเสื้อผ้าแฟชั่นต่างๆ

- ปัจจุบันอุตสาหกรรมแฟรนไชส์ฟิลิปปินส์สามารถฟื้นตัวจากวิกฤติโควิด-19 ได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจแฟรนไชส์กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งนี้ คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมแฟรนไชส์ฟิลิปปินส์จะเติบโตอย่างแข็งแกร่งต่อไป จากปัจจัยสนับสนุนหลายประการทั้งจำนวนชนชั้นกลางที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะคนทำงานในวัยหนุ่มสาวที่อาศัยอยู่ในเมืองมักนิยมบริโภคเครื่องดื่ม อาหาร เสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพงขึ้น และชาวฟิลิปปินส์มีแหล่งเงินรายได้จากเงินส่งกลับจากแรงงานชาวฟิลิปปินส์ในต่างประเทศซึ่งมีส่วนช่วยทำให้กำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น อุตสาหกรรมแฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์จึงเป็นหนึ่งในตลาดที่น่าสนใจอันดับต้นๆ สำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการจะขยายธุรกิจแฟรนไชส์ไปยังตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ ในช่วงที่ผ่านมา มีจำนวนธุรกิจแฟรนไชส์ของไทยที่สามารถรุกตลาดฟิลิปปินส์ได้สำเร็จ เช่น ร้านอาหาร Nara Thai Cuisine ร้านอาหาร Mango Tree ร้านอาหาร Greyhound ร้าน Black Canyon ร้าน Café Amazon ร้านชาเสื่อพันไฟ และร้านชาตรามือ เป็นต้น สำหรับผู้ประกอบการไทยที่สนใจขยายตลาดแฟรนไชส์สู่ฟิลิปปินส์ กุญแจสำคัญที่จะช่วยนำไปสู่ความสำเร็จ คือ การมีพันธมิตรท้องถิ่นที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสถานที่ตั้งหรือทำเลที่มีศักยภาพ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการไทยไม่ควรมองข้าม เช่น โอกาสทางการตลาดใหม่ๆ ในรูปแบบปกติใหม่

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ

(New Normal) โดยผู้ประกอบการไทยควรร่วมกับพันธมิตรในการจัดทำแผนการตลาดเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ในปัจจุบัน ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์นิยมติดตามเทรนด์ต่างๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย และสื่อโฆษณาอื่นๆ ทำให้แบรนด์ชาวฟิลิปปินส์มักนิยมลงทุนในแบรนด์ที่ได้รับความนิยมในฟิลิปปินส์อยู่แล้ว หากแบรนด์ไม่เป็นที่รู้จักในฟิลิปปินส์จะต้องลงทุนมากขึ้นในการสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์ และพันธมิตรในท้องถิ่น อาจคาดหวังกับการลงทุนจำนวนมากจากเงินทุนจากแบรนด์ต่างชาติ รวมถึงควรคำนึงถึงการพัฒนาฐานลูกค้าที่มั่นคงซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของความต่อเนื่องทางธุรกิจด้วย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

13 ตุลาคม 2566

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ