

AEC in Focus

ฝ่ายวิจัยธุรกิจ
พฤษภาคม 2557

สิงคโปร์ : โอกาสขยายธุรกิจแฟรนไชส์ของ SMEs ไทยไปต่างแดน

การจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ที่ใกล้เข้ามาทุกขณะ เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยมองเห็นช่องทางขยายธุรกิจไปอาเซียนมากขึ้น รวมถึงระบบแฟรนไชส์ซึ่งถือเป็นธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่มีความน่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากผู้ประกอบการตัดสินใจที่จะเข้าไปลงทุนในสิงคโปร์ ซึ่งบรรยากาศที่เอื้อต่อการลงทุนได้ดึงดูดแฟรนไชส์ชั้นนำจากทั่วโลก อาทิ สหรัฐฯ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลีใต้ เข้ามาเปิดให้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ประเทศที่มีแฟรนไชส์มากที่สุดในสิงคโปร์ คือ สหรัฐฯ โดยมีแฟรนไชส์อย่าง KFC, Starbucks, Pizza Hut, McDonalds, Mathnasium, Snap-On Tools, GNC Live Well และ Comfort Keepers เข้าไปเปิดให้บริการหลายสาขา) ทั้งนี้ แฟรนไชส์ส่วนใหญ่ในสิงคโปร์จัดอยู่ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ขณะที่ธุรกิจอื่นๆ อาทิ การศึกษา ค้าปลีก และสุขภาพ แม้ว่าจะมีสัดส่วนน้อยกว่า แต่ก็ถือเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญซึ่งสร้างรายได้จำนวนมากให้แก่กิจการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งนอกจากผู้ประกอบการจะขยายตลาดในสิงคโปร์แล้ว ยังสามารถใช้สิงคโปร์เป็นฐานขยายกิจการไปยังประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคในระยะถัดไปได้อีกด้วย

➤ ปัจจัยสนับสนุนให้สิงคโปร์เป็นตลาดแฟรนไชส์ที่มีศักยภาพ

- **ชาวสิงคโปร์มีกำลังซื้อมากที่สุดในอาเซียน** กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund : IMF) ระบุว่ารายได้ต่อหัวของประชากรสิงคโปร์ปี 2556 สูงที่สุดในอาเซียนและสูงเป็นอันดับ 3 ของโลก โดยอยู่ที่ 54,776 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี (เทียบกับไทย 5,674 ดอลลาร์สหรัฐ) และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะอยู่ที่ 61,237 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2560 นอกจากนี้ การที่สิงคโปร์เป็นตลาดที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมตะวันออกกับตะวันตก ส่งผลให้ชาวสิงคโปร์ยอมรับสินค้าจากทั่วทุกมุมโลก และเป็นปัจจัยดึงดูดธุรกิจแฟรนไชส์จากต่างประเทศให้หลั่งไหลเข้ามาจำนวนมาก ทั้งนี้ กำลังซื้อที่ค่อนข้างสูงทำให้ผู้บริโภคในสิงคโปร์ให้ความสำคัญอย่างมากต่อคุณภาพของสินค้าและบริการ ดังนั้น แฟรนไชส์ที่ต้องการรุกตลาดดังกล่าวจึงควรเน้นที่บริการหรือสินค้าระดับกลางและระดับบนเป็นหลัก

- **มีหน่วยงานที่สนับสนุนธุรกิจแฟรนไชส์โดยเฉพาะ** คือ Spring Singapore ซึ่งมีหน้าที่สนับสนุนความช่วยเหลือด้านการเงินให้แก่ธุรกิจแฟรนไชส์ และ International Enterprise Singapore (IE Singapore) ซึ่งช่วยเหลือกิจการที่ต้องการรับสิทธิ์แฟรนไชส์จากต่างประเทศ และแฟรนไชส์ที่ต้องการขยายธุรกิจไปยังประเทศอื่นๆ โดยไม่จำกัดว่าเจ้าของกิจการนั้นจะเป็นชาวสิงคโปร์หรือชาวต่างชาติ แต่มีเงื่อนไขว่ากิจการนั้นต้องมีสำนักงานอยู่ในสิงคโปร์

- **บรรยากาศเอื้อต่อการทำธุรกิจ** การติดต่อกับหน่วยงานราชการในสิงคโปร์ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ขณะที่กฎหมายด้านการลงทุนจากต่างประเทศมีความชัดเจนและแน่นอน ทั้งนี้ รายงาน "Doing Business" ปี 2557 ของธนาคารโลก (The World Bank) ระบุว่าสิงคโปร์มีบรรยากาศเอื้อต่อการทำธุรกิจ (Ease

of Doing Business) มากที่สุดจากการจัดอันดับทั้งหมด 189 ประเทศ สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงในการเข้าไปขยายตลาดหรือทำธุรกิจ

- **นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาสิงคโปร์เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง Singapore Tourism Board (STB) รายงานนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาสิงคโปร์ในปี 2556 มีจำนวน 15.6 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.4 จากปี 2555 เป็นนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมากที่สุดถึง 3.1 ล้านคน ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีจำนวนรองลงมาที่ 2.3 ล้านคน จึงนับเป็นโอกาสของแฟรนไชส์ต่างๆ โดยเฉพาะอาหารและเครื่องดื่ม ในการขยายตลาดเพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว**

➤ **เกร็ดน่ารู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจแฟรนไชส์ในสิงคโปร์**

- **ประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ที่น่าสนใจ**

- **อาหารและเครื่องดื่ม** ชาวสิงคโปร์นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน เนื่องจากวิถีชีวิตประจำวันที่เร่งรีบส่งผลให้มีข้อจำกัดเรื่องเวลาในการประกอบอาหารรับประทานเองที่บ้าน ขณะที่ในวันหยุดชาวสิงคโปร์ก็นิยมพาครอบครัวออกไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเช่นเดียวกัน โดยชาวสิงคโปร์มีนิสัยชอบลิ้มลองอาหารรสชาติแปลกใหม่ และมีความคุ้นเคยกับอาหารไทยเป็นอย่างดี นอกจากนี้ กระแสสุขภาพประกอบกับการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา ส่งผลให้อาหารเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้น จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขายสิทธิ์ดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเกษตรอินทรีย์ หรืออาหารที่ทำจากสมุนไพรแก่ผู้ประกอบการสิงคโปร์ หรือกระทั่งอาจจับมือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการร้านอาหารในสิงคโปร์ เพื่อป้องกันวัตถุดิบหรือขยายช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารได้อีกด้วย

- **รูปแบบการทำธุรกิจแฟรนไชส์**

เจ้าของแฟรนไชส์ชาวต่างชาติสามารถเปิดสาขาของตนเองในสิงคโปร์โดยตรงผ่านบริษัทแม่หรือโอนสิทธิ์แฟรนไชส์ให้ผู้ประกอบการสิงคโปร์ได้เช่นกัน การโอนสิทธิ์ดังกล่าวสามารถกระทำได้โดยอิงตามกฎหมายสัญญา (Contract Law) เนื่องจากสิงคโปร์ไม่มีกฎหมายจำเพาะเจาะจงเกี่ยวกับการโอนสิทธิ์แฟรนไชส์ ทั้งนี้ ตามปกติแล้วเจ้าของแฟรนไชส์ส่วนใหญ่จะเข้าสู่ตลาดสิงคโปร์ในรูปแบบ Master Franchising [หมายถึงเจ้าของแฟรนไชส์ (Master Franchisor) โอนสิทธิ์การบริหารจัดการกิจการแฟรนไชส์ภายใต้ขอบเขตพื้นที่หรือประเทศที่ตกลงกันแก่บุคคลหรือนิติบุคคลที่เรียกว่าผู้รับโอนสิทธิ์ (Master Franchisee) โดยผู้รับโอนสิทธิ์สามารถโอนสิทธิ์นี้ต่อไปบุคคลหรือนิติบุคคลอื่น (Sub-Franchisee) ได้ภายในพื้นที่หรือประเทศที่ตกลงกัน]

- **ข้อบังคับ/กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง**

สิงคโปร์ไม่มีกฎหมายแฟรนไชส์บังคับใช้โดยตรง อย่างไรก็ตาม การประกอบธุรกิจดังกล่าวยังต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ Business Registration Act, Companies Act, Limited Liability Partnership Act, Trade Marks Act และ Competition Act ทั้งนี้ ในกรณีที่ชาวต่างชาติที่ไม่มีถิ่นที่อยู่ถาวรในสิงคโปร์แต่ต้องการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ต้องยื่นขอใบอนุญาตการจ้างงาน (Employment Pass) ตามข้อกำหนดการเข้าเมืองของสิงคโปร์ก่อน เมื่อได้รับอนุมัติจึงสามารถนำไปจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจต่อ Accounting and Corporate Regulatory Authority (ACRA) ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐบาลที่ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดตั้งองค์กรธุรกิจประเภทต่างๆ ของสิงคโปร์

แม้ว่าการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ไปยังสิงคโปร์จะมีโอกาสมาก อย่างไรก็ตาม ยังมีอุปสรรคสำคัญบางประการที่ผู้ประกอบการโดยเฉพาะด้านอาหารและเครื่องดื่มต้องเผชิญ คือ การแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากผู้ประกอบการภายในสิงคโปร์มีความใกล้ชิดตลาด และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นอย่างดี ขณะที่แฟรนไชส์จากต่างประเทศอย่างสหรัฐฯ ก็เป็นที่รู้จักและมีสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง ทั้งนี้ ในการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ ผู้ประกอบการอาจเลือกสมัครเข้าเป็นสมาชิกของ Franchising and Licensing Authority (FLA) ซึ่งเป็นหน่วยงานของสิงคโปร์ ทำหน้าที่จัดการดูแลและพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ โดยเฉพาะ โดย FLA จะช่วยกำกับดูแลการดำเนินงาน ตลอดจนให้คำแนะนำด้านต่างๆแก่ผู้ประกอบการ อาทิ กฎหมาย สัญญาที่เกี่ยวข้อง การฝึกอบรม และแนวทางการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาว

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด