

## CPALL พร้อมขยายแฟรนไชส์ 7-Eleven ในกัมพูชา

เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2563 ที่ผ่านมา บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) หรือ CPALL ได้ยื่นยื่นการเข้าไปลงทุนธุรกิจร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ในกัมพูชา โดยได้จัดตั้งให้บริษัท CPALL (Cambodia) จำกัด (ถือหุ้นในสัดส่วน 100% โดย Albuera International Limited ซึ่งเป็นบริษัทลูกของ CPALL) ได้เข้าทำสัญญาแฟรนไชส์หลัก สำหรับการดำเนินการร้าน 7-Eleven ในประเทศกัมพูชา กับ 7-Eleven, Inc. เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยบริษัท



CPALL (Cambodia) จะได้รับสิทธิ์แฟรนไชส์ในการจัดตั้งและดำเนินการร้าน 7-Eleven ในประเทศกัมพูชาเป็นเวลา 30 ปี และคู่สัญญาอาจตกลงต่ออายุสัญญาได้อีก 2 ครั้ง ครั้งละ 20 ปี ทั้งนี้ บริษัท CPALL (Cambodia) จำกัด เป็นบริษัทย่อยที่จัดตั้งขึ้นใหม่ตามกฎหมายกัมพูชา เพื่อดำเนินธุรกิจร้าน 7-Eleven ตามสัญญาแฟรนไชส์หลักในกัมพูชา มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกเป็นจำนวนทั้งสิ้น 5,000 เหรียญสหรัฐ โดยมีแผนจะเริ่มดำเนินการสาขาแรกในกรุงพนมเปญช่วงระหว่างปลายปีนี้ถึงต้นปี 2021 และตั้งเป้าจะขยายสาขาทั้งหมด 1,000 สาขาทั่วประเทศ โดยในเบื้องต้น CPALL จะดำเนินการขยายสาขาเองก่อน และหลังจากนั้นจะขายแฟรนไชส์ให้กับผู้ที่สนใจต่อไป โดยสินค้าที่จะจำหน่ายใน 7-Eleven จะเน้นประเภทอาหารแห้ง ขนม เครื่องดื่ม เครื่องอุปโภคที่จำเป็น และอาหารพร้อมทาน (ready-to-eat )

นาย Ouk Sorphorn เอกอัครราชทูตกัมพูชา ประจำประเทศไทย กล่าวว่า การเข้ามาลงทุนของ CPALL ในครั้งนี้ ถือเป็นสัญญาณที่ดีในการส่งเสริมการค้าการลงทุนระหว่างไทยและกัมพูชาให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ให้คนในท้องถิ่นแล้วยังช่วยให้สินค้าท้องถิ่นในกัมพูชามีช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น หากผู้ผลิตในประเทศสามารถนำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเข้าจำหน่ายใน 7-Eleven ได้ในอนาคต

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กัมพูชาเริ่มปรับตัวเข้าสู่การตลาดแบบใหม่ ( Modern retail market) มากขึ้น โดยมีธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เกต และไฮเปอร์มาร์เกตขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการเข้ามาลงทุนทั้งในรูปแบบของการสร้างแบรนด์ใหม่และการนำแบรนด์ที่มีชื่อเสียงจากต่างชาติเข้ามาเปิดบริการ ทั้งในพนมเปญและจังหวัดใหญ่เช่น เสียมราฐ พระตะบอง ปอยเปต และพระสีหนุ รวมกันมากกว่า 60-70 สาขา อาทิเช่น Max Value (ญี่ปุ่น), Circle K (สหรัฐอเมริกา), Giant (มาเลเซีย), Prince Supermarket (จีน) Super Duper (แบรนด์ใหม่ที่มิเจ้าของเป็นคนแคนาดาเดียน) บิ๊กซี (ไทย) และ Chip Mong (กัมพูชา) เป็นต้น และคาดว่าภายในสิ้นปีจะมีสาขาของร้านสะดวกซื้อต่างๆ ขยายไปทั่วประเทศกว่า 100 สาขา โดยแต่ละแบรนด์พยายามสร้างจุดเด่นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันและให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ เช่น Max Value จะเน้น

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

อาหาร Take away และผลิตภัณฑ์จากญี่ปุ่น Prince Supermarket จะเน้นผลิตภัณฑ์จากจีน Circle K เน้นอาหาร Take away และบริการอื่นๆ เช่น บริการจัดส่งพัสดুর่วมกับพาร์เนอร์อย่าง Kerry Express สำหรับ Super Duper จะเน้นผลิตภัณฑ์พรีเมียมที่นำเข้ามาจากยุโรป ออสเตรเลีย และอเมริกา เป็นต้น สำหรับบริษัท CPALL นั้นได้เริ่มเข้ามาดำเนินการธุรกิจค้าส่งในรูปแบบไฮเปอร์มาร์เกต ภายใต้แบรนด์ Makro สาขาแรกในกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ปี 2017 ปัจจุบันได้เปิดดำเนินการแล้ว 2 สาขา

## โอกาสและผลกระทบของผู้ประกอบการไทย

1. อุตสาหกรรมการค้าปลีกในกัมพูชายังไม่มีการแข่งขันที่ดุเดือดมากนักเมื่อเทียบกับธุรกิจค้าปลีกในไทย ปัจจุบันแม้ว่าจะมีร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เกต และไฮเปอร์มาร์เกตขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วก็ตามแต่ยังไม่มีเจ้าตลาดรายใหญ่ จึงถือเป็นโอกาสของบริษัทไทยที่จะเข้าไปแบ่งส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจนี้ได้ไม่ยาก

2. การเข้ามาลงทุนของบริษัท CPALL ในครั้งนี้ ถือได้ว่าเป็นการขยายช่องทางการค้าให้กับสินค้าไทยเพิ่มขึ้น จากเดิมที่บริษัทได้มีการดำเนินธุรกิจในรูปแบบค้าส่งอยู่แล้ว การเข้าไปลงทุนธุรกิจร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven จึงถือเป็นการเพิ่มช่องทางกระจายสินค้าในระดับค้าปลีกให้ครอบคลุมในตลาดกัมพูชาได้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสินค้าต่างๆที่นำเข้ามาจากประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

3. การขยายการลงทุนของบริษัท CPALL ในครั้งนี้ ในภาพรวมแล้วน่าจะส่งผลในทางบวกต่อการค้าและการลงทุนของไทยในกัมพูชา แต่อย่างไรก็ตามในช่วง 1-2 ปีแรกอาจจะยังไม่เห็นภาพชัดเจนมากนัก เนื่องจากต้องรอดูการปรับตัวการของผู้บริโภคจากการซื้อสินค้าในร้านโชห่วยหรือตลาดสดมาเป็นร้านสะดวกซื้อว่าจะเป็นอย่างไร ดูกระแสตอบรับจากกลุ่มลูกค้า สร้างจุดขายที่แตกต่างจากร้านสะดวกซื้อที่มีอยู่แล้วในตลาด รวมทั้งต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภคในท้องถิ่นให้ได้ จึงจะสามารถขยายสาขาได้ตามเป้าที่บริษัทฯ วางไว้ได้

4. เนื่องจากร้านสะดวกซื้อในแบรนด์ 7-Eleven นั้น มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้บริโภคอยู่แล้ว จึงทำให้มีผู้ที่ต้องการจะเข้ามาลงทุนและสนใจซื้อแฟรนไชส์เป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจจะทำให้ในช่วงเวลา 1-2 ปี อาจจะมีร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven กระจายอยู่ทั่วประเทศ และอาจส่งผลทำให้ร้านค้าปลีกแบบเดิม (โชห่วย) หรือผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยในท้องถิ่นเดือดร้อน ซึ่งอาจโดนกระแสโจมตีเหมือนในประเทศอื่นๆ ได้ ดังนั้นจึงถือเป็นอีกหนึ่งข้อควรระวังในการเข้ามาดำเนินธุรกิจในครั้งนี้

ที่มาข้อมูล: PhnomPenh Post  
Khmer Times

\*\*\*\*\*

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร  
15 พฤษภาคม 2563