



ข่าวเด่นรายสัปดาห์ ระหว่างวันที่ 11 - 17 ตุลาคม 2564

ร้านค้าแฟรนไชส์ในเกาหลีใต้ มีตัวเลขเพิ่มสูงขึ้น

(ที่มา : หนังสือพิมพ์ The Korea Herald ฉบับวันที่ 13 ตุลาคม 2564)



เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2564 หน่วยติดตามองค์กร CEO Score รายงานว่า ร้านค้าแฟรนไชส์เติบโตขึ้นในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดใหญ่ของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปีพ.ศ. 2563 แม้ยอดขายยังแทบจะไม่เปลี่ยนแปลง อ้างอิงจากข้อมูลของ Fair Trade Commission จำนวนร้านค้าแฟรนไชส์แบรนด์ ในปีพ.ศ. 2563 เพิ่มขึ้น 4,559 แห่ง คิดเป็น 4.5% เมื่อเปรียบเทียบกับปีพ.ศ. 2562 โดยในปีพ.ศ. 2563 มีจำนวนร้านค้าแฟรนไชส์ที่ดำเนินการโดนแบรนด์ทั้งหมด 105,837 แห่ง โดยตัวเลขดังกล่าว เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.1 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2561 ที่มีตัวเลขอยู่ที่ 95,258 แห่ง

นอกจากนี้ยังมีรายรับอยู่ที่ 120.2 ล้านล้านวอน (100.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ) เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดขึ้น 1.7% เมื่อเทียบรายปี โดยหน่วยงานที่จัดอันดับกล่าวว่า การเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดนี้ เป็นผลมาจาก Hyundai และ Kia ที่เข้ามาอยู่ในรายชื่อในปีพ.ศ. 2563 เมื่อภาคยานยนต์ไม่ได้รวมอยู่ในรายชื่อ รายรับของร้านค้าแฟรนไชส์ระดับสูงอยู่ที่ 35.82 ล้านล้านวอน ในปีพ.ศ. 2563 ซึ่งลดลงเล็กน้อยจากปีพ.ศ. 2562 ที่มีตัวเลขอยู่ที่ 35.88 ล้านล้านวอน โดยเมื่อแยกตามอุตสาหกรรม ร้านค้าสะดวกซื้อเปิดใหม่ 2,878 แห่งในปีที่แล้ว ซึ่งร้านสะดวกซื้อ CU เปิดสาขาใหม่ถึง 1,650 สาขา ในช่วงเวลาดังกล่าว และ Emart 24 เครือร้านสะดวกซื้อหลักของประเทศเกาหลี เปิดสาขาใหม่ราว 1,200 แห่ง ในปีพ.ศ. 2563 แม้ตัวเลขของ GS25 และ 7-Eleven จะไม่ได้รวมอยู่ในราย



งานดังกล่าว แต่ CEO Score กล่าวว่าจำนวนร้านสะดวกซื้อใหม่ทั้งหมดในปีที่แล้วมีแนวโน้มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ในขณะที่จำนวนร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าแฟรนไชส์ไก่ทอด ร้านค้าแฟรนไชส์กาแฟและเครื่องดื่ม กำลังสนุกกับการเพิ่มสูงขึ้น แต่ร้านค้าแฟรนไชส์ประเภทเครื่องสำอางค์ การศึกษา และยานยนต์ กลับเห็นแนวโน้มที่จะตกต่ำลง โดยในปีที่แล้ว ร้านค้าแฟรนไชส์เครื่องสำอางค์ปิดตัวราว 25.7 % กลายมาเป็นอุตสาหกรรมเดียวที่มีอัตราการปิดธุรกิจมากกว่าร้อยละ 20 นอกจากนี้ บริการด้านการศึกษาจำนวน 1 ใน 10 แห่ง ร้านแวนตา และบาร์ ก็ปิดตัวลงเช่นกัน แต่ในทางกลับกัน ร้านกาแฟและเครื่องดื่ม จำนวน 2 ใน 10 แห่ง ที่ดำเนินการในปีที่แล้วเป็นร้านเปิดใหม่ ย้ำให้เห็นถึงความนิยมของร้านกาแฟในประเทศเกาหลีได้เป็นอย่างดี หากจำแนกโดยรายรับประจำปี เครือร้านบุฟเฟ่ต์ซูชิ Qoo Qoo ขึ้นมาเป็นอันดับหนึ่ง ด้วยรายรับ 1.7 พันล้านบาท ตามด้วยร้านทุกอย่าง 1,000 วอน อย่าง Asing Daiso ที่มีรายรับรายปีอยู่ที่ 1.27 พันล้านบาท

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล พิจารณาแล้วเห็นว่า การเพิ่มขึ้นของร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าแฟรนไชส์ไก่ทอด และร้านค้าแฟรนไชส์กาแฟและเครื่องดื่ม แม้ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นับเป็นสัญญาณและช่องทางอันดี ที่ผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตไทย ควรนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อดังกล่าว นอกจากนี้ทางผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต ควรคำนึงถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ดึงดูดสายตาผู้บริโภค แม้สินค้าจะวางอยู่รวมกันบนเชลฟ์ในร้านสะดวกซื้อ และควรศึกษาถึงวิธีการหาช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในร้านสะดวกซื้อของประเทศเกาหลีอีกด้วย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล
จัดทำโดย นางสาวปรวณี คงวุฒิ
ตรวจทานโดย นางสาวชนัญญา พรรณรักษา
ผอ. สศต. ณ กรุงโซล