

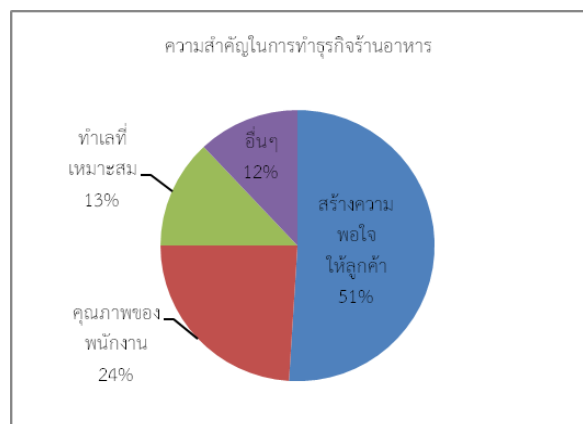
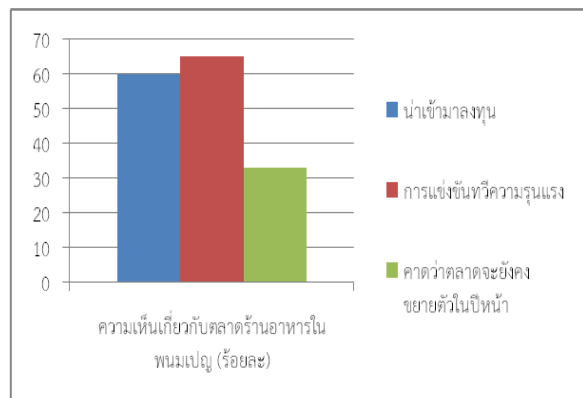
รายงานพิเศษ : ร้านอาหารในกัมพูชา



เนื่องจากสัดส่วนประชากรช่วงวัยรุ่น-วัยทำงานเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้กัมพูชามีรายได้มากขึ้น ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้เกิดร้านอาหารขึ้นในประเทศนี้มากมาย ซึ่งหมายถึงการแข่งขันในตลาดที่มากขึ้นตามลำดับ

จากบทความ "Restaurant Leader Survey in Phnom Penh 2014" ซึ่งเป็นการสำรวจจากร้านอาหารและภัตตาคารชั้นนำกว่า 150 แห่งทั่วกรุงพนมเปญ พบว่าร้อยละ 60 ของห้างร้านดังกล่าวเห็นว่าปัจจุบัน ยังคงมีความน่าสนใจที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านอาหารในกรุงพนมเปญ ขณะเดียวกันร้อยละ 65 ของเจ้าของร้านอาหารเห็นว่าการแข่งขันในตลาดนี้ทวีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากมีการลงทุนเปิดกิจการโดยชาวต่างชาติมากขึ้น ส่วนอีกร้อยละ 33 คิดว่าในปีหน้าตลาดจะขยายตัวได้อีก

ในตลาดร้านอาหารซึ่งกำลังขยายตัวและมีการแข่งขันที่สูงขึ้น มีจำนวนร้อยละ 51 ของเจ้าของร้านอาหารเชื่อว่าปัจจัยท้าทายที่สุดในการทำธุรกิจร้านอาหารคือการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า, ร้อยละ 24 ให้ความสำคัญเรื่องพนักงานที่มีคุณภาพ, ร้อยละ 13 เน้นเรื่องตำแหน่งทำเลที่ดี ทั้งนี้ พบว่า ร้อยละ 36 มีแผนจะขยายร้านสาขาใหม่แล้วภายใน 1-3 ปีหน้า



อุตสาหกรรม F&B เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจของประเทศกัมพูชา สร้างงานให้คนในชาติได้กว่า 15,000 คน โดยในปี 2010 มีการใช้จ่ายใช้สอยสำหรับค่าอาหารในกรุงพนมเปญ 744 ล้านดอลลาร์ฯ โดยการบริโภค Fast Food อยู่ที่ปีละ 40 ล้านดอลลาร์ฯ

กระทรวงการท่องเที่ยวกัมพูชาระบุว่า ปัจจุบันมีร้านอาหารที่ผ่านการจดทะเบียนสูงถึง 900 กว่าแห่ง ซึ่งยังไม่รวมร้านอาหารที่จัดตั้งโดยไม่ได้จดทะเบียนอีกเป็นจำนวนมาก ทำให้ไม่สามารถระบุจำนวนร้านอาหารในกรุงพนมเปญที่แท้จริงได้ โดยข้อมูลจาก Tripadvisor.com แนะนำร้านอาหารในกรุงพนมเปญจำนวน 566 แห่ง โดยเป็นอาหารเอเชีย 209 แห่ง อาหารอเมริกัน 39 แห่ง เบเกอรี่ 14 แห่ง ในขณะที่ Yellow Pages มีรายชื่อร้านอาหารอยู่ถึง 1,762 ในกรุงพนมเปญ และ 2,990 ทั่วประเทศ



จากรายงาน ได้แบ่งประเภทร้านอาหารในพนมเปญไว้ 6 ประเภท ได้แก่ (1) ร้านอาหารชั้นเลิศ (Fine Dining) ซึ่งมักจะแยกเปิดเป็นภัตตาคารเดี่ยว, (2) ร้านอาหารเน้นบรรยากาศ (Casual Dining) ระดับราคาปานกลางถึงสูง มักจะพบเปิดเป็นทั้งร้านเดี่ยวหรือรวมอยู่กับศูนย์อาหารระดับดี หรือเป็นร้านอยู่ในโรงแรม, (3) ร้านอาหารประเภท Fast Food มักพบเห็นในรูปของธุรกิจแฟรนไชส์, (4) ร้านอาหารทั่วไปที่บริการเสิร์ฟอาหารเช้าและกลางวัน, (5) คาเฟ่และร้านเบเกอรี่, และ (6) ร้านอาหารตาม Night Club ที่มีบริการเสิร์ฟเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และร้านข้าวต้มกลางคืน



การขยายตัวของอุตสาหกรรมร้านอาหารในพนมเปญเกิดจากการเพิ่มขึ้นของประชากรที่มีรายได้ระดับกลาง (Middle Class Population) ได้แก่ พนักงานบริษัท โดยประมาณร้อยละ 13 มีรายได้ระหว่าง 601-1,000 ดอลลาร์ฯ ต่อเดือน และร้อยละ 6 มีรายได้ระหว่าง 1,001-2,000 ดอลลาร์ฯ ต่อเดือน ซึ่งหมายถึงกำลังซื้อที่มากขึ้นตามลำดับ จะเห็นหลักฐานได้จากอัตราการใช้พื้นที่อาคารและอสังหาริมทรัพย์เพื่อลงทุนประกอบธุรกิจร้านอาหารที่เพิ่มขึ้น

ในปี 2014 ประชากรที่มีอายุระหว่าง 15-54 คิดเป็นร้อยละ 59 ของประชากรทั้งหมด คนกลุ่มนี้ไม่เพียงเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นปัจจัยเสริมการขยายตัวของอุตสาหกรรมร้านอาหารในพนมเปญ เนื่องจากคนกลุ่มนี้รับเอาวัฒนธรรมตะวันตกและวิถีชีวิตสมัยใหม่เข้ามาอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบัน พบว่าร้อยละ 64 ของชาวพนมเปญจ่ายค่าอาหารเข้าอยู่ที่ 1.25-2.00 ดอลลาร์ฯ, ร้อยละ 20 จ่ายที่ 2.25-3.00 ดอลลาร์ฯ และร้อยละ 8 จ่ายอยู่ที่ 3.25-4.00 ดอลลาร์ฯ

การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในกัมพูชาเป็นอีกปัจจัยหลักอันหนึ่งที่ส่งเสริมการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหาร โดยในปี 2013 มีนักท่องเที่ยวเยือนกัมพูชากว่า 4.5 ล้านคน จึงเป็นที่คาดกันว่าภายในปี 2020 อุตสาหกรรมร้านอาหารจำเป็นต้องมีร้านอาหารกว่า 2,000-2,500 แห่งเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกว่า 7 ล้านคน

นอกจากนี้ เทรนด์ธุรกิจแบบแฟรนไชส์ F&B เป็นที่นิยมในกัมพูชาเช่นกัน โดยปัจจุบันบริษัท Express Food Group จำกัด (EFG) เป็นผู้นำทางด้านธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหาร โดยนำ Brand ชื่อนำจากต่างประเทศเข้ามา เช่น Pizza Company ของไทย, Swensen's และ Dairy Queen ของอเมริกา, BBQ Chicken และ Costa Coffee ของเกาหลีใต้ รวมทั้งสิ้น 39 แห่งทั่วประเทศ ด้านผู้นำธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่นคือ Park Café มีแผนจะขยายแฟรนไชส์ในป็นหน้าเช่นกัน ซึ่งจะมีแบรนด์ต่างชาติอื่นๆ ตามเข้ามาอีก



ขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารรู้สึกถึงภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ด้าน Mrs. Hak Lina นายกสมาคมภัตตาคารกัมพูชา (Cambodia Restaurant Association: CRA) ซึ่งประกอบด้วยสมาชิก 66 ราย กลับเห็นว่าตลาดร้านอาหารยังจะขยายตัวอีก ซึ่งปัจจุบันยังคงมีความต้องการร้านอาหารอีกมาก แต่ร้านอาหารที่ไม่ประสบความสำเร็จมักเกิดจากการลงทุนเพียงแต่เงินอย่างเดียวแต่ขาดทักษะการบริหารจัดการ อย่างไรก็ตาม Lina เห็นด้วยกับกระทรวงการท่องเที่ยวซึ่งแสดงความกังวลว่าต่อไปกัมพูชาอาจประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะเกี่ยวข้องกับงานให้บริการด้านการท่องเที่ยวและร้านอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่แรงงานดังกล่าวสามารถออกไปทำงานในประเทศอาเซียนอื่นๆ ได้โดยเสรีเพื่อรับรายได้ที่สูงกว่า ซึ่งทางสมาคมฯ และกระทรวงการท่องเที่ยวกัมพูชาได้ร่วมจัดหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและร้านอาหารเติบโตอย่างยั่งยืน



มาตรการส่งเสริมของรัฐบาล

1. มาตรฐานความสะอาดและสุขอนามัย

เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพของร้านอาหารในประเทศ รัฐบาลกัมพูชาโดยกระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศเรื่องมาตรฐานความสะอาดและสุขอนามัยเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพของอาหารตั้งแต่การผลิตจากหน้าฟาร์มถึงโต๊ะอาหาร ซึ่งร้านอาหารที่จะตั้งขึ้นใหม่จำเป็นต้องได้รับใบรับรองด้านความสะอาดและปลอดภัยของอาหาร (Hygiene and Food Safety Certificate) จากกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งได้แบ่งเกรดตามคุณภาพของร้านอาหารไว้ 3 ระดับคือ A, B และ C อย่างไรก็ตาม ตามแผนระยะสั้น รัฐบาลจะจัดการฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการและแรงงานร้านอาหารก่อนที่จะเปิดร้านใหม่

2. โครงการ ASEAN Tourism Skill Passport

เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว รัฐบาลกัมพูชามีแนวคิดกำหนดให้เนือบรรดาประเทศอาเซียน โดยการจัดทำ ASEAN Tourism Skill Passport ซึ่งเป็นใบผ่านทางวิชาชีพที่จะบันทึกประสบการณ์การทำงาน หรือประวัติการผ่านหลักสูตรต่างๆ สำหรับชาวกัมพูชาที่ทำงานเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวรวมทั้งร้านอาหาร ซึ่งสามารถนำ Passport ดังกล่าวไปใช้สมัครงานในประเทศอาเซียนอื่นๆ ได้ภายใต้คำรับรอง "ASEAN Tourism Professional" ซึ่งต้องได้รับการทดสอบ/สัมภาษณ์จาก Secretariat of the National Committee for Tourism Professional (NCTP) ก่อน

รายชื่อของผู้ที่ได้ Passport ดังกล่าวจะถูกบันทึกไว้ในฐานข้อมูลของภูมิภาคอาเซียนภายใต้กรอบ ASEAN Mutual Recognition Arrangements ซึ่งรัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุขของประเทศอาเซียนได้ร่วมลงนามแล้ว ทั้งนี้คาดว่า ASEAN Tourism Skill Passport จะเริ่มนำมาใช้ปลายปี 2557 นี้

ข้อคิดเห็นของสคร.

1. ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ยังมีโอกาสเติบโตอีกมากโดยเฉพาะร้านอาหารไทยซึ่งเป็นที่นิยมของคนกัมพูชาจำนวนมาก โดยตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร 12 แห่งและที่จังหวัดเสียมเรียบประมาณ 5 แห่ง ซึ่งนับว่ามีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับร้านอาหารจีน เกาหลี ญี่ปุ่นและเวียดนามที่มีตั้งอยู่ในกัมพูชา สคร. เห็นว่าเป็นโอกาสของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยที่จะเข้ามาทำธุรกิจโดยลงทุนเอง 100 % หรือร่วมทุนกับนักลงทุนท้องถิ่นหรือการทำธุรกิจในลักษณะ Franchise

2. กัมพูชาต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการให้บริการ เพราะประชาชนกัมพูชายังขาดทักษะด้านนี้ จึงเป็นโอกาสที่ดีที่จะเข้ามาทำธุรกิจให้ความรู้ในลักษณะการฝึกอบรมระยะสั้นเพื่อให้สามารถหางานที่เหมาะสมต่อไป

3. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเช่นการจำหน่ายวัสดุ อุปกรณ์ในการประกอบอาหารและการประกอบการร้านอาหารจึงมีศักยภาพสูงตามไปด้วย นอกจากนี้ สินค้าไทยประเภทของขบเคี้ยว อาหารทานเล่นและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพก็สามารถแทรกเข้าไปตามธุรกิจเหล่านี้ได้เช่นกัน

สคร. ณ กรุงเทพมหานคร
พฤศจิกายน 2557