

EXIM BANK พัฒนาบริการใหม่ “สินเชื่อเพื่อสนับสนุนผู้ซื้อแฟรนไชส์ไทย/เซนไทย” ผลักดันการส่งออกสินค้าและบริการภายใต้แบรนด์และเซนไทยสู่ตลาดโลก โดยเฉพาะ CLMV

นายพิศิษฐ์ เสรีวิวัฒนา กรรมการผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK) กล่าวในงานสัมมนา “พัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ไทยก้าวสู่สากล” จัดโดย EXIM BANK ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ โรงแรมอนันตรา สยาม กรุงเทพฯ ว่า ปัจจุบันแฟรนไชส์แบรนด์ไทยในต่างประเทศมีจำนวน 49 แบรนด์ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาเป็นการศึกษาและนวดสปา โดย 80% ของแฟรนไชส์ไทย ขยายเข้าสู่ตลาด CLMV (กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม) เป็นผลจากความได้เปรียบของไทยที่มีความคล้ายคลึงทางสังคมและวัฒนธรรม ทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถพัฒนาธุรกิจบริการตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในแถบนี้ได้ดี ประกอบกับ CLMV มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี ส่งผลให้ประชากรมีรายได้ต่อหัวต่อปี และกำลังซื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ คาดว่าในช่วง 5 ปีข้างหน้าเศรษฐกิจ CLMV จะขยายตัวเฉลี่ยกว่า 6% ต่อปี สูงกว่าการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกเกือบเท่าตัว กำลังซื้อของประชากรใน CLMV จะเพิ่มขึ้นอีก 30% ในปี 2566 ขณะที่การผลิตสินค้าและบริการภายในประเทศยังไม่เพียงพอต่อความต้องการทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ

กรรมการผู้จัดการ EXIM BANK กล่าวว่า จากโอกาสทางธุรกิจของแฟรนไชส์ไทยที่ยังขยายตัวได้อีกมากในตลาดต่างประเทศ EXIM BANK จึงได้พัฒนาบริการใหม่ “สินเชื่อเพื่อสนับสนุนผู้ซื้อแฟรนไชส์ไทย/เซนไทย (Loan for Thai Franchise/Thai Chain Buyers)” เป็นวงเงินสินเชื่อระยะยาวที่มีระยะเวลากู้ยืมไม่เกินระยะเวลาของสัญญาซื้อขายแฟรนไชส์/เซน อัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำสกุลดอลลาร์สหรัฐเท่ากับ LIBOR +3.50 % ต่อปี หรือสกุลบาทเท่ากับ Prime Rate ต่อปี (ปัจจุบันอยู่ที่ 6.125% ต่อปี) หลักประกันพิจารณาตามความเหมาะสม มีเป้าหมายวงเงินอนุมัติรวม 800 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนเงินทุนแก่ผู้ประกอบการที่ต้องการซื้อแฟรนไชส์ไทยไปเปิดให้บริการในต่างประเทศ หรือว่าจ้างเซนไทยในการดำเนินธุรกิจในประเทศ

นายพิศิษฐ์ กล่าวต่อไปว่า ในการขยายตลาดแฟรนไชส์ไทยในต่างประเทศ ผู้ประกอบการต้องพัฒนาธุรกิจและบริการภายใต้แบรนด์ของไทยให้ตอบสนองความต้องการใหม่จากไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไปในตลาดต่างๆ ได้ กล่าวคือ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและนักธุรกิจรุ่นใหม่ ทั้งที่เป็นคนท้องถิ่นและชาวต่างชาติที่เข้าไปทำงานใน CLMV รวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งคาดหวังบริการที่ดีและได้มาตรฐาน ศึกษาโอกาสและกฎระเบียบที่แตกต่างกันในแต่ละตลาด ดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ ตั้งแต่ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า การคัดเลือกผู้ซื้อแฟรนไชส์ที่น่าเชื่อถือและมีความตั้งใจจริงในการทำธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจในระบบแฟรนไชส์ ขณะเดียวกันต้องบริหารชีพพลายเซนของตนเองให้แข็งแกร่ง สามารถบริหารจัดการต้นทุนด้านวัตถุดิบ บรรจุมัณฑณ์ การแปรรูปสินค้า และโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“การเริ่มต้นธุรกิจแฟรนไชส์ใน CLMV เป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการไทย โดยอาศัยความได้เปรียบจากความรู้จักคุ้นเคยสินค้าแบรนด์ไทยจากสื่อต่างๆ ที่ผู้บริโภคใน CLMV ติดตามข่าวสารอยู่เป็นประจำ และใช้ความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งบริหารจัดการธุรกิจอย่างใกล้ชิด สร้างชื่อเสียงของสินค้าและบริการของไทยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล ในราคาที่ผู้ซื้อจับต้องได้ โดยมีสำนักงานผู้แทน EXIM BANK ใน CLM (กัมพูชา สปป.ลาว และเมียนมา) ร่วมกับภาครัฐและเอกชน ภายใต้ทีมไทยแลนด์ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยขยายธุรกิจแฟรนไชส์ได้มากขึ้น จากปัจจุบันที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในประเทศไทยจำนวนกว่า 584 กิจการ และมีสาขากว่า 100,000 สาขาทั่วประเทศ” นายพิศิษฐ์กล่าว

28 สิงหาคม 2562

ส่วนสื่อสารองค์กร ฝ่ายเลขานุการและสื่อสารองค์กร