



Камбоджа: поколение, которое построило всё заново

Камбоджа

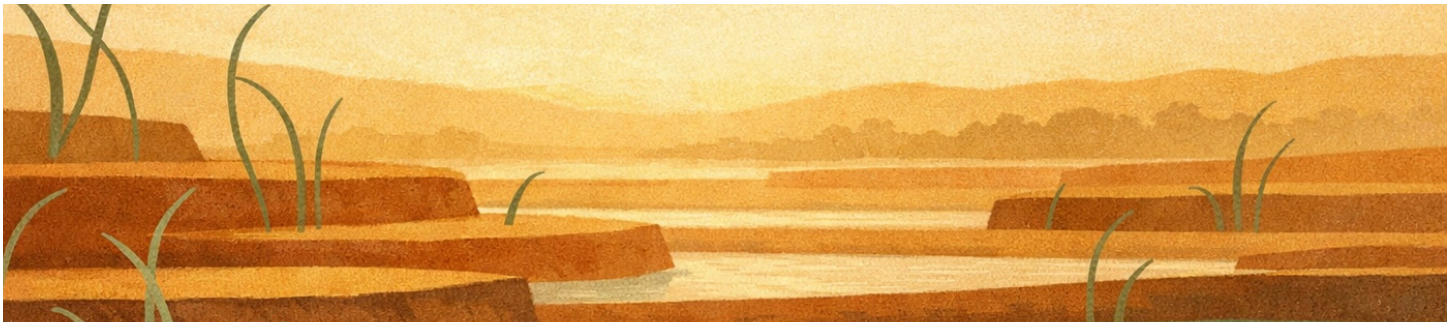
ОБЗОР СТРАНЫ

Первое издание | April 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)



Brandmine



ОБЗОР СТРАНЫ

Камбоджа: поколение, которое построило всё заново

Вся потребительская экономика Камбоджи возведена с нуля — не с низкой базы, а с намеренно расчищенного места: «красные кхмеры» уничтожили торговый класс целенаправленно. Основатели, которые его восстановили, сегодня находятся в возрасте 55–72 лет. Ни один институциональный инвестор так и не зафиксировал, что именно они создали.

ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Размер рынка	ВВП ~\$31 млрд (2024) • туристический сектор \$3,6 млрд, 9,4% ВВП • 6,7 млн иностранных туристов в 2024 — восстановление к допандемийному пику в 6,6 млн
Уникальное преимущество	Концентрация кризисов без аналогов — геноцид, гражданская война, переход ООН, азиатский кризис и обвал туризма — в одном поколении основателей
Главная проблема	Инфраструктура передачи почти отсутствует — ~1 175 трастов с 2018 г. • нет прямых инвестиций для брендовых переходов • связи с ХНП блокируют выход
Фактор времени	Возвращенцы 1993–2000 сегодня 60–72 лет — входят в фазу передачи без сценария • Grab/Nham24 (дек. 2024): выходы возможны, инфраструктуры нет

“Потребительские бренды Камбоджи создали люди, которым пришлось восстанавливать всё — сначала себя, потом страну.”

Phnom Penh Post, Post Weekend

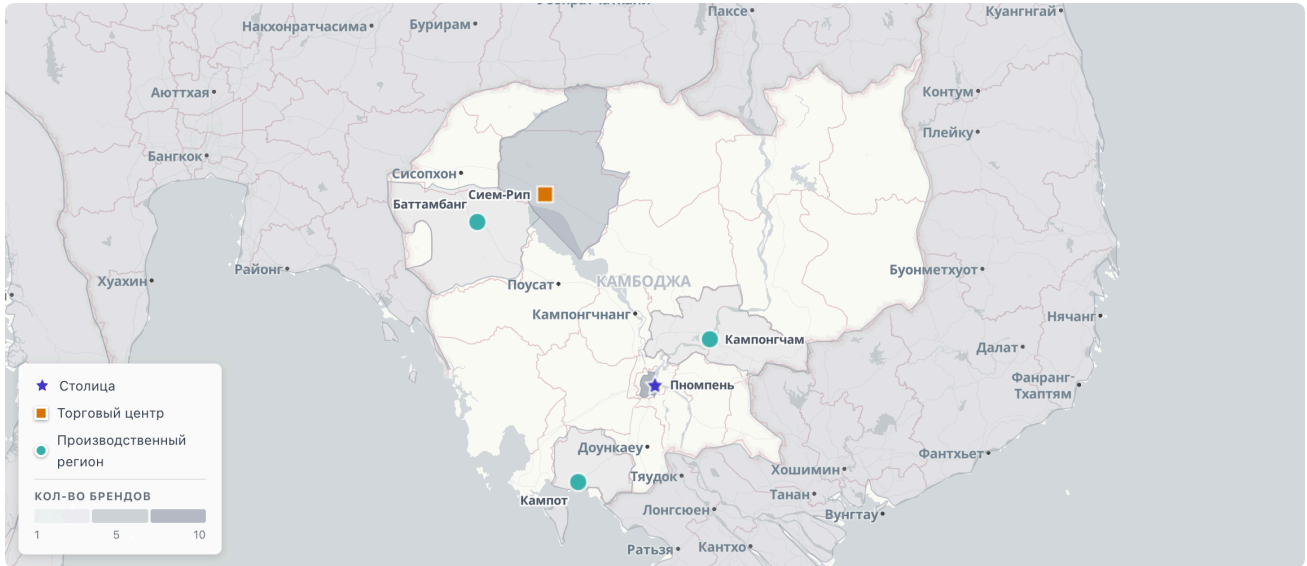
Phnom Penh Post, 2023

РЫНКИ: Камбоджа

СЕКТОРЫ: Отели и Курорты · Рестораны · Специи и Приправы · Натуральная Косметика · Пищевая Переработка

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Столица и провенанс: география брендов диаспоры-репатриантов Камбоджи



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

Основательские бренды распределены по двум географиям основания – Пномпень концентрирует гостиничные, пищевые и косметические бренды, созданные диаспорными репатриантами; Кампот, Баттамбанг и Кампонгчам образуют провенансный сельскохозяйственный кластер, переживший геноцид и восстановившийся до статуса международно сертифицированных экспортных историй – давление преемственности сейчас одновременно охватывает оба полюса.

Концентрация брендов отражает две основополагающие географии Камбоджи: Пномпень – для потребительских брендов в сфере гостеприимства, еды и косметики; южные и северо-западные провинции – для провенансной агропродукции и специализированных продовольственных брендов, наиболее узнаваемых на международном рынке.

* * *

ПОРТРЕТ СТРАНЫ

В декабре 2024 года Grab поглотил Nham24 – ведущую камбоджийскую платформу доставки еды. Первый значимый потребительско-технологический выход в истории страны. Сделка доказала то, что долго считалось теоретически возможным, но никогда не было подтверждено: региональные стратегические покупатели готовы платить серьёзные деньги за масштабные камбоджийские потребительские платформы. Для диаспорных основателей, выстроивших за три десятилетия гостиничные, специализированные продовольственные и сельскохозяйственные бренды Камбоджи, сделка Grab/Nham24 изменила ситуацию. Выходы теперь возможны. Инфраструктуры для их подготовки почти нет.

Потребительская экономика Камбоджи была построена не с низкой базы. Она была построена с нуля. «Красные кхмеры» между 1975 и 1979 годами целенаправленно уничтожили торговый класс – принудительная эвакуация городов, упразднение денег, физическое истребление или изгнание купцов,

специалистов и образованных людей стёрли институциональную память страны о частной торговле. Когда выборы под наблюдением ООН в 1993 году восстановили политическую стабильность и Закон об инвестициях открыл экономику для частного капитала, основатели, откликнувшиеся на этот призыв, были по большей части репатриантами из диаспоры — из Франции, США и Австралии. Они возвращались в страну, намеренно лишённую коммерческого уклада, и привозили с собой знание западных рынков, личные сбережения и нечто труднее поддающееся измерению: специфическое честолюбие людей, которые пятнадцать лет ждали возможности восстановить то, что геноцид уничтожил.

Никто не зафиксировал когорту диаспорных репатриантов, создавших первое поколение камбоджийских потребительских брендов. Основатели Shinta Mani, Thalias и Amru Rice никогда не фигурировали в PitchBook, Bloomberg Terminal или Tracxn — именно тот информационный пробел, для заполнения которого создан нарративный дью-дилиденс.

Сжатая волна диаспорного возвращения

Камбоджийская волна преемственности имеет форму, не имеющую аналогов в Юго-Восточной Азии. Волна китайского частного сектора охватывает период с 1978 по 2001 год — 23-летнее окно. Индийская когорта либерализации формировалась с 1991 по примерно 2005 год. Реформы Дои Мои во Вьетнаме породили основателей с 1986 по 2000 год. Главное основательское окно Камбоджи — период, когда условия для создания потребительских брендов значимого масштаба действительно существовали, — длилось приблизительно с 1993 по 2008 год: пятнадцать лет.

Внутри этого и без того короткого периода когорты с наиболее острой необходимостью передачи бизнеса — ещё уже. Диаспорные основатели, вернувшиеся в 1993–2000 годах, — те, кто провёл свои бренды через азиатский финансовый кризис, МФК 2008 года и выжил после пандемийного уничтожения камбоджийского туризма, — сейчас примерно в возрасте 60–72 лет. Они вступают в фазу передачи бизнеса одновременно. Институциональной инфраструктуры для управления этим переходом не существует. И именно эта когорта располагает богатейшей документацией для нарративного дью-дилиденса: их истории начинаются не с диплома MBA и бизнес-плана, а с бегства от геноцида и решения вернуться.

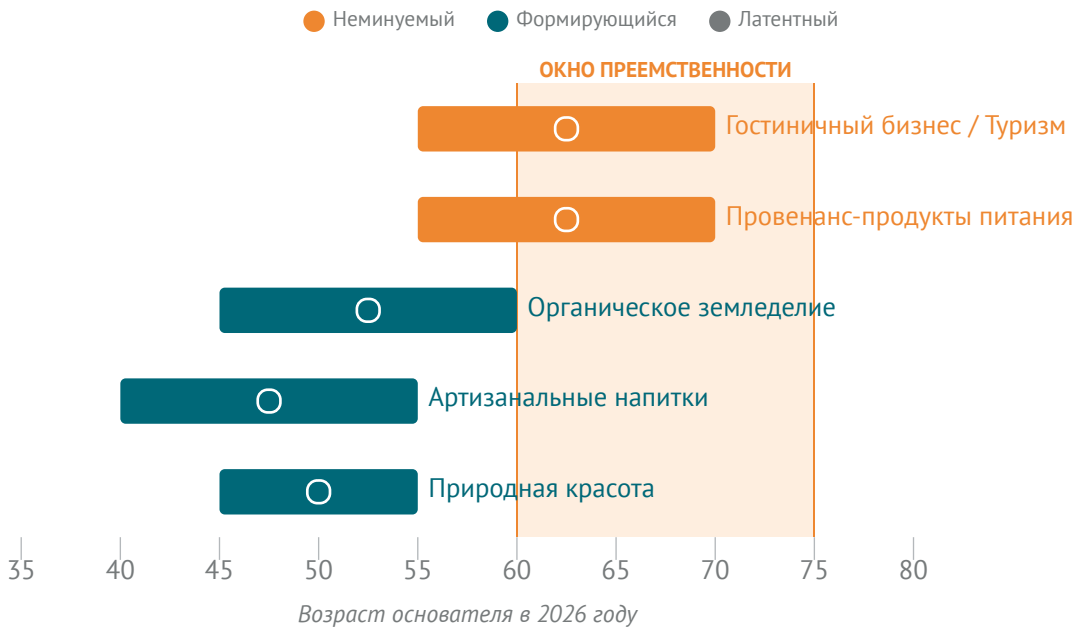
Особенность камбоджийской волны — не только в её продолжительности, но и в психологии основания. Предприниматели первой волны в Китае отвечали на либерализацию политики в стране, которая никогда полностью не стирала коммерческих традиций. Индийская когорта 1991 года унаследовала структуры семейного бизнеса, уходящие корнями на поколения назад. Вьетнамские основатели, вышедшие из Дои Мои, опирались на региональные торговые сети, пережившие военные годы. У диаспорных основателей Камбоджи не было ничего из этого. «Красные кхмеры» не просто подавили частную торговлю — они физически ликвидировали торговый класс и упразднили сам институт денег. Те, кто вернулся после 1993 года, строили не на низкой базе, а на намеренно расчищенном месте. Честолюбие, необходимое для этого, — особый вид устойчивости, рождённой из кризиса, которого нет ни у одной другой когорты основателей в Юго-Восточной Азии.

Внутренние основатели, пришедшие чуть позже — те, кто строил городские рестораны и бары, артизаный ретейл и бренды здоровья в 2001–2010 годах, — моложе (примерно 48–62 года) и представляют формирующееся, а не немедленное давление на передачу бизнеса. Но основатели гостиничного и провенансного продовольственного секторов — наиболее коммерчески значимые и международно узнаваемые бренды Камбоджи — выходят из активной стадии прямо сейчас: без планов, без преемников, и ни один институциональный инвестор так и не взгляделся внимательно в то, что они создали.

ВОЗРАСТ ОСНОВАТЕЛЕЙ ПО СЕКТОРАМ

Где находятся камбоджийские основатели в 2026 году

Пять секторов, одно окно — после десятилетий невидимости



Диапазоны возрастов основаны на данных секторного картирования Камбоджи. Диаспорные основатели, вернувшиеся в 1993–2000 гг., представляют наиболее срочный подсегмент (возраст 60–72). Окно преемственности (60–75) основано на исследованиях PwC и INSEAD. Источник: анализ Brandmine.

Гостеприимство, провенанс Кампота и основатели из диаспоры

Гостиничный и туристический сектор — самый срочный с точки зрения разведки преемственности. В этом пространстве работают, по оценкам, 8–15 основательских брендов коммерческого масштаба — и это, скорее всего, нижняя граница: полное отраслевое сканирование обычно выявляет пулы в 3–5 раз больше. Основателям, как правило, 55–70 лет, большинство — диаспорные репатрианты, и срочность передачи бизнеса высока по всей когорте.

Нарративный материал сектора — богатейший в Камбодже. Именно потому, что пандемия стала самым жёстким стресс-тестом в истории отрасли. Иностранных туристов — с 6,6 млн в 2019 году до примерно 200 тыс. в 2020–21 годах: этот обвал породил именно тот тип кризисной документации, который ищет нарративный дью-диллидженс. Как именно отреагировали основатели, когда 79% доходов испарились за один год? Благотворительный фонд Shinta Mani, которым руководит Сокун Чанпрэда — основатель, бежавший из Камбоджи в 1970 году, когда вспыхнула гражданская война, выросший в Бангкоке, окончивший Бостонский университет и вернувшийся в начале 1990-х, — в период пандемии переключился на продовольственную помощь тысячам уволенных работников гостеприимства. Группа Thalías Лу Менга — более 500 сотрудников в ресторанах и гостиничных объектах — совместно с

королевской семьёй организовала распределение продовольствия в Пномпене. Vodia, бренд натуральной косметики, чьи продукты продаются в спа-зонах отелей по всей стране, сохранил 300-человеческий коллектив без сокращений на протяжении всего пандемийного закрытия.

Это не пресс-релизные ответы. Это решения, принятые под экзистенциальным давлением, зафиксированные в реальном времени камбоджийской деловой прессой на английском языке — и ни один институциональный инвестор никогда не сложил их в связную разведывательную картину. Рекордные доходы в 2019-м, почти нулевой турпоток в 2020–21-м, восстановление до 6,7 млн туристов в 2024 году — эта история испытаний и выживания в гостиничном секторе Камбоджи зафиксирована подробнее, чем в любой другой стране Юго-Восточной Азии.

Туристический сектор Камбоджи принёс \$3,6 млрд дохода в 2024 году, что составляет 9,4% ВВП. Он охватывает более 1 028 зарегистрированных отелей с 44 428 номерами, а правительство выделило \$50 млн через Туристический фонд Камбоджи на поддержку восстановления отрасли.

Специализированное продовольствие — географическое провенанс — несёт столь же острую необходимость передачи бизнеса и добавляет к ней международное коммерческое подтверждение, которым редкий сектор на любом развивающемся рынке может похвастаться. История кампотского перца — самый международно понятный брендовый нарратив Камбоджи: провенансный продукт, отстроенный из небытия после того, как «красные кхмеры» уничтожили около миллиона перечных кустов, объединённый через Ассоциацию производителей кампотского перца (основана в 2009 году), в 2016 году получивший статус GI от ЕС и завоевавший шесть из девяти возможных трёхзвёздочных премий Great Taste Awards в 2022 году. Соотношение шесть из девяти — не случайность. Оно отражает накопление ремесленных знаний, террора и инфраструктуры качества, которые сектор отстраивал три десятилетия с нуля.

Защищённый GI пальмовый сахар из Кампонгспы и соль Кепа дополняют провенансный кластер с реальными международными продажами и брендовой историей, выросшей из того же возрождения после геноцида, которое отличает камбоджийские бренды от региональных аналогов. В секторе 5–8 основательских брендов коммерческого масштаба, высокая концентрация под управлением основателей, возраст большинства — 55–70 лет.

Confirel — основана в 2001 году д-ром Хай Ли Эанг, фармацевтом, целенаправленно вернувшимся из Франции строить сельскую экономику Камбоджи, — имеет тройную сертификацию для органических рынков ЕС, США и Японии, в 2005 году получила *Palme d'Or* на *Natexpo Paris*, а в 2025-м удерживает первый международный патент страны — на процесс настаивания травяного чая. Институциональные инвесторы о ней не слышали.

Провенансный продовольственный сектор несёт одну сложность, требующую решения до начала полноценного сканирования: французские и европейские основатели-экспаты значительно представлены как в этом секторе, так и в натуральной косметике — отражение постколониальных связей Франции с Камбоджей и динамики каналов помощи AFD/ЕС. Необходимо принять фильтрующее решение — включать ли долгосрочных экспатских основателей с камбоджийскими сооснователями или ограничиться основателями кхмерского происхождения, — прежде чем Brandmine вложит полное время в сканирование этих секторов. Разведывательная ценность присутствует при любом фильтре; фильтр определяет, какие бренды соответствуют основной методологии нарративного дью-дилидженса Brandmine.

Органическое и специализированное сельское хозяйство строится вокруг Amru Rice, основанной в 2011 году Сун Сараном — чей дед Ли Сун основал рисовую мельницу в провинции Кампонгчам, которую «красные кхмеры» уничтожили в 1975–1979 годах. Сун Саран отстроил семейный бизнес не как реставрацию, а как масштабную органическую экспортную операцию: около \$45 млн годовой выручки, порядка 90% рынка камбоджийского органического рисового экспорта, 25 000 контрактных фермеров в 11 провинциях, экспорт в более чем 52 страны при поддержке МФК и Export-Import Bank. Выручка выросла с \$10 млн в 2012-м до \$38 млн к 2018 году. Сун Саран возглавлял Камбоджийскую федерацию

риса. Ни один институциональный инвестор эту историю не задокументировал; план преемственности в публичном пространстве отсутствует — хотя в возрасте около 45–55 лет Сун Саран относится к формирующейся, а не неотложной когорте передачи.

Продовольствие и напитки — артизанное и премиальное представляет более молодую когорту основателей (примерно 40–55 лет) с формирующимся, а не неотложным давлением на передачу. Brown Coffee — более 39 точек продаж, основатели китайско-кхмерского происхождения — является якорем сектора на коммерческом масштабе и отражает развивающийся городской средний класс Камбоджи как в качестве рынка, так и в качестве основательской базы. Ресторанная группа Лу Менга — Malis (кхмерская высокая кухня), Тораз (французская) и Khéma (европейский брассери) — находится на пересечении гостиничного и продовольственного секторов и выигрывает от той же пандемийной кризисной документации. Коммерческая ценность для разведки преемственности умеренная с учётом возраста основателей, однако брендовая разведка представляет ценность для региональных покупателей в сфере общественного питания и стратегических партнёров, отслеживающих камбоджийский городской ресторанный рынок.

Натуральная косметика и велнес — квалификационный пул из 2–4 брендов. Vodia — наиболее очевидный пример: основана в камбоджийско-французском партнёрстве, ISO-сертифицирована, более 300 сотрудников, расчётная выручка \$5–15 млн. Спа-партнёрства Vodia в отелях делают её неотделимой частью гостиничной отрасли — динамика преемственности двух секторов пересекается. Премии ACEAN в сфере бизнеса и ISO-сертификация документируют институциональный авторитет, который не фиксируют ни PitchBook, ни Bloomberg. Фильтрующее решение по французским основателям применяется и к этому сектору — в ожидании указаний руководства.

На земле, которую красные кхмеры расчистили намеренно

Камбоджийская волна преемственности ломает иначе, чем индийская, китайская или вьетнамская, — потому что исходные условия были принципиально другими. В тех рынках основатели первого поколения строили хотя бы на каком-то институциональном фундаменте — традициях семейного бизнеса, уходящих на поколения назад, наработанных банковских отношениях, зачатках среды прямых инвестиций, каком-то культурном каркасе управления преемственностью. В Камбодже не было ничего. Геноцид не просто нарушил деятельность торгового класса — он его стёр. Основатели, вернувшиеся после 1993 года, строили без предшественников, без шаблонов, без наставников из предыдущего поколения камбоджийских предпринимателей — потому что того поколения больше не было.

Пробел в инфраструктуре преемственности — не просто вопрос неразвитых консультационных услуг для семейного бизнеса. Закон о трастах Камбоджи принят в 2018 году — полным поколением позже начала основательской волны — и насчитывает лишь около 1 175 зарегистрированных трастов в стране с населением 17 млн человек. Нет фондов прямых инвестиций, системно работающих с переходами камбоджийских потребительских брендов. Leopard Capital, некогда работавший в Камбодже, свернул деятельность, сославшись на неблагоприятные условия для выхода. Mekong Strategic Partners и аналогичные структуры работают на венчурном уровне и сосредоточены на технологиях, а не на потребительских брендах. МФК концентрируется на финансовой инфраструктуре и агробизнесе на уровне цепочки поставок.

Возникающий негативный отбор значителен: наиболее заметные камбоджийские бренды зачастую наименее инвестируемы для институционального капитала, тогда как подлинно основательские с чистым управлением остаются невидимыми. Диаспорные основатели с французским или американским гражданством — приоритетный подsegment: их структуры прозрачнее и понятнее для иностранного капитала.

Наиболее важное недавнее событие для понимания динамики преемственности Камбоджи – поглощение Grab/Nham24 в декабре 2024 года. Первый крупный потребительский выход в стране. Сделка доказывает: региональные стратегические покупатели существуют, они готовы платить за масштабные камбоджийские потребительские платформы, и потребительская экономика страны достигла порога зрелости, при котором выходы коммерчески осуществимы. Сделка не доказывает, что инфраструктуры для подготовки камбоджийской когорты основателей к выходам существует. Её нет. Именно это отсутствие и есть возможность.

Окно и его суть

Диаспорные основатели Камбоджи строили бренды в самых жёстких условиях – в стране без коммерческой инфраструктуры, через десятилетие постконфликтной нестабильности, через азиатский финансовый кризис, через МФК 2008 года, а затем через самый катастрофический в истории Юго-Восточной Азии туристический обвал. Выжившие вступают в фазу передачи бизнеса без сценария, без инфраструктуры планирования преемственности, и без единого институционального инвестора, понимающего, что именно они создали и как.

Менее 15% камбоджийских основателей имеют формальный план преемственности – ниже среднего по АТР в 24%, который сам по себе невысок. Закон о трастах насчитывает лишь 1 175 зарегистрированных трастов в стране с 17 млн жителей; консультационных фирм по семейному бизнесу, нацеленных на потребительский сектор, в Камбодже нет. Для когорты 60–72 лет переход – не гипотеза, а неизбежность – и он произойдёт без инфраструктуры.

Сделка Grab/Nham24 доказала: выходы в Камбодже возможны. Но нужные разведывательные данные – кто эти основатели, какие кризисы они пережили, есть ли план передачи – живут в местной прессе, в GI-заявках, поданных в Брюссель, и в пандемийных решениях Shinta Mani и Thalias в 2020–2021 годах. Ни в одной базе данных их нет.

Инвестор, который строит камбоджийскую разведку сейчас, получает преимущество, закрывающееся в момент ухода основателей. Бренд может выжить – история, создавшая его ценность, нет.

Эти данные собираются впервые. Диаспорной когорте, создавшей потребительскую экономику Камбоджи, 60–72 года. Сделка Grab/Nham24 в декабре 2024 года задала ориентир цены. Следующая Nham24 состоится – с институциональной аналитикой в переговорной или без неё.

Камбоджа – не рынок, на который входят. Это рынок, который документируют, прежде чем основатели, восстановившие его с нуля, закончат его передачу.

КЛЮЧЕВОЙ ВЫВОД

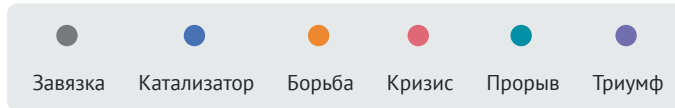
Пока диаспорным основателям Камбоджи за 72 – возможность войти в контакт с ними сужается. Инфраструктуры для управления этими переходами почти нет.

* * *

ХРОНОЛОГИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ

Поколение после геноцида, 1993–2024

От прихода красных кхмеров к власти в 1975 году до сделки Grab-Nham24 в декабре 2024-го – камбоджийские основатели-репатрианты отстроили всю потребительскую экономику с нуля в той же жизни, в которой бежали от геноцида.



КРИЗИС 1975

Приход «красных кхмеров» к власти

«Красные кхмеры» упраздняют деньги, эвакуируют города и целенаправленно уничтожают торговый класс Камбоджи. Купцов, специалистов и образованных людей убивают или изгоняют. За неполные четыре года стирается вся институциональная память страны о частной торговле.

КАТАЛИЗАТОР 1979

Вьетнамское вмешательство положило конец геноциду

Вьетнамские войска свержают «красных кхмеров», завершая четыре года геноцида, унёсшего жизни около 1,5–2 млн человек. Камбоджа входит в десятилетие гражданского конфликта и международной изоляции. Выжившие в диаспоре – во Франции, США и Австралии – начинают долгое ожидание возвращения.

КАТАЛИЗАТОР 1991

Подписание Парижских мирных соглашений

Парижские мирные соглашения кладут конец десятилетиям конфликта и санкционируют создание Временного органа ООН в Камбодже (UNTAC). Впервые почти за двадцать лет кхмерская диаспора может начать планировать возвращение. Будущие основатели потребительских брендов Камбоджи следят за этим из Парижа, Лос-Анджелеса и Сиднея.

ПРОРЫВ 1993

Выборы под эгидой ООН; закон об инвестициях открывает экономику

Выборы под наблюдением ООН восстанавливают политическую легитимность. Закон Камбоджи об инвестициях открывает страну для иностранного и диаспорного капитала. Прибывает первая волна основателей из диаспоры – с западными знаниями о рынке, личными сбережениями и готовностью заново отстроить то, что уничтожил геноцид.

ПРОРЫВ 1999

Вступление в АСЕАН углубляет торговые связи

Камбоджа вступает в АСЕАН, встраиваясь в торговую архитектуру Юго-Восточной Азии. Открываются экспортные пути для сельскохозяйственной продукции и продовольствия. Предприниматели в сфере гостеприимства начинают позиционироваться на региональном туристическом рынке. Первые потребительские бренды достигают коммерческого масштаба.

ПРОРЫВ 2001

Начало возрождения кампотского перца

Фермеры Кампота начинают восстанавливать плантации перца, уничтоженные «красными кхмерами» – с миллиона кустов до нуля. Сельскохозяйственное восстановление превращается в самую узнаваемую на международном уровне брендовую историю Камбоджи: провенансный продукт, отстроенный после геноцида, в 2016 году получивший защиту ЕС по системе GI.

ПРОРЫВ 2004

Вступление в ВТО; туризм преодолевает отметку в 1 млн посетителей

Членство в ВТО фиксирует торговые правила Камбоджи, привлекая диаспорный капитал и международных партнёров. Туризм впервые преодолевает отметку в 1 млн посетителей в год, подтверждая правоту гостиничных ставок, сделанных диаспорными основателями в 1990-х. Условия для открытия бизнеса улучшаются, когорта расширяется.

КРИЗИС 2008

Мировой финансовый кризис проверяет ранние бренды

МФК сокращает региональный туризм и кредитование. Бренды, основанные в 1995–2005 гг., впервые проходят серьёзный внешний стресс-тест. Выжившие углубляют корни на местном рынке вместо того, чтобы зависеть от иностранных туристов — модель устойчивости, которая подготовит их к несравнимо более сильному удару двенадцать лет спустя.

ПРОРЫВ 2016

Кампотский перец получает статус PGI ЕС

Европейский союз присваивает кампотскому перцу статус защищённого географического указания — первое международное признание GI для Камбоджи. Шесть из девяти трёхзвёздочных премий Great Taste Awards (2022) достались брендам кампотского перца. Сертификация подтверждает провенансную историю, начавшуюся как сельскохозяйственное выживание после геноцида.

КРИЗИС 2020

Пандемия обрушила туризм: с 6,6 млн до 200 тыс. туристов

Туристический сектор Камбоджи теряет 79% доходов за один год — с \$4,9 млрд до \$1 млрд. Иностранные туристы: с 6,6 млн до примерно 200 тыс. Диаспорные основатели гостиничного бизнеса — те, что пережили геноцид, гражданскую войну и МФК — сталкиваются с острейшим коммерческим кризисом в своей жизни. Основатели, сохранившие персонал и переориентировавшиеся на местный рынок, создают богатейшую документацию для нарративного дью-дилиденса Камбоджи.

КАТАЛИЗАТОР 2024

Grab приобретает Nham24 — первый крупный потребительский выход

Поглощение Grab камбоджийской платформы доставки еды Nham24 становится первым значимым потребительско-технологическим выходом в стране. Сделка доказывает: региональные стратегические покупатели готовы платить за масштабные камбоджийские потребительские платформы — что меняет инвестиционный тезис для всей когорты основателей. Выходы теперь возможны. Инфраструктуры для их подготовки по-прежнему нет.

Справочник для контактов

Показатель	Справка
Телефон	+855
Валюта	Камбоджийский риель (៛ / KHR); двухвалютная экономика – USD широко принимается, но использование риеля растёт; НБК ведёт активную дедолларизацию с 2024; банкноты \$1/\$5 USD выводятся из оборота
Часовой пояс	UTC+7 (без летнего времени)
Рабочая неделя	Пн–Пт (стандарт для офисного и профессионального сектора); суббота – рабочий день в производстве и швейной промышленности
Столица	Пномпень
Интернет	.kh (национальный домен); распространён .com
Мессенджеры	Telegram доминирует в деловой среде; Facebook Messenger (социальные контакты)
Платёжные системы	KHQR (Bakong) – основной QR-платёж; кошелёк ABA Pay; Wing – вывод наличных в сельской местности; наличные USD за пределами крупных городов
Банковское дело	Подключена к SWIFT; долларизированная экономика упрощает расчёты в USD; карты и переводы работают; берите наличные USD
Языки	Кхмерский (официальный); английский и китайский используются в бизнесе
Въезд	Виза по прибытии / электронная виза для большинства национальностей (\$30, 30 дней); для всех воздушных пассажиров обязательна электронная карта прибытия e-Arrival Card (arrival.gov.kh, бесплатно, оформить в течение 7 дней до рейса). Уточняйте актуальные правила.



Об этом исследовании

Этот отчёт основан на 0 верифицированных источниках на 1 языке — первичных документах, интервью с основателями и отраслевой прессе. Каждая цифра и каждое утверждение подтверждены независимыми источниками.

Полная методология на brandmine.ai.

О BRANDMINE

Выдающиеся бренды, основанные предпринимателями. Проверенная устойчивость. Готовы сегодня.

Brandmine предоставляет структурированную аналитику по брендам основателей на развивающихся рынках — исследования на языке оригинала, структурированные для принятия инвестиционных решений, в формате специализированных отчётов.

Контакт: hello@brandmine.ai Аналитические отчёты Brandmine: brandmine.ai/intelligence/

ТАКЖЕ ДОСТУПНО ОТ BRANDMINE

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ БРЕНДА

Полная дуга трансформации, географическая аналитика и бизнес-обзор одного бренда. 15 страниц верифицированной аналитики.

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ ОСНОВАТЕЛЯ

Личная дуга основателя от истоков до прорыва. Верифицировано через исследования на родном языке и первичные источники.

КАРТА РЫНКА

Профили всех верифицированных брендов в секторе — географическое распределение, хронология рынка и обзоры основателей. 25–40 страниц.

СЕКТОРАЛЬНЫЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ

Аналитика по всему сектору. Все бренды — на уровне обзора, плюс полные дуги трансформации шести брендов, каждый из которых представляет отдельный архетип кризиса. 90–120 страниц.

Набор в PT Serif и PT Sans. Вёрстка в Typst. Цвета оптимизированы для профессиональной печати.

Карты созданы с MapLibre GL · Подложка CARTO Positron · © участники OpenStreetMap

Издан одновременно на английском, русском и китайском языках.

Исследование на русском языке.

Первое издание · April 2026

Выдающиеся бренды,
основанные
предпринимателями.
Проверенная устойчивость.
Готовы сегодня.

**Выдающиеся бренды, основанные
предпринимателями.
Проверено 250+ в развивающихся
рынках.**

Профили устойчивости бренда · Профили устойчивости
основателя
Карты рынка · Секторальные аналитические отчёты

Структурированные исследования потребительских брендов
развивающихся рынков, основанных предпринимателями.
Издания на английском, русском и китайском языках.

brandmine.ai/intelligence/

✉ hello@brandmine.ai

🌐 www.brandmine.ai

© 2026 Brandmine. Все права защищены.

v1.0.3