

## E-commerce ในกัมพูชา ปี 2564 มีมูลค่ามากกว่า 970 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ



เมื่อวันที่ 30 มิ.ย. ปี 2565 สถาบันฝึกอบรมและวิจัยธุรกิจ (Trade Training and Research Institute : TTRI) ภายใต้กระทรวงพาณิชย์กัมพูชา เปิดเผยว่า มูลค่าตลาดรวมของ E-commerce ในกัมพูชา ในปี 2564 อยู่ที่ 970 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.2 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2563

ยอดขายจาก E-commerce แยกตามสินค้า ดังนี้ (1) เสื้อผ้า มูลค่า 263.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (2) อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ มูลค่า 254.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (3) เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และของใช้ในครัวเรือน มูลค่า 230.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (4) สินค้าอุปโภคบริโภค มูลค่า 101.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (5) ของเล่นเด็ก และของเล่นอื่นๆ มูลค่า 63 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (6) เฟอร์นิเจอร์ มูลค่า 46.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และ (7) สินค้าอื่นๆ มูลค่า 11 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ทั้งนี้ คำสั่งซื้อทาง E-commerce ร้อยละ 55 ถูกสั่งซื้อผ่านคอมพิวเตอร์ และร้อยละ 45 ถูกสั่งซื้อผ่านแท็บเล็ตหรือสมาร์ทโฟน

นาย Hor leng Chhay ประธานสถาบันฝึกอบรมและวิจัยธุรกิจ (TTRI) ภายใต้กระทรวงพาณิชย์กัมพูชา ได้เปิดเผยว่า ตลาด E-commerce ของกัมพูชามีมูลค่ารวมประมาณ 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยคาดว่า ในปี 2565 ยอดขายจะสูงถึง 251 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี 2566 ยอดขายจะเพิ่มขึ้นเป็น 354 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยกฎหมาย E-commerce ของกัมพูชา จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจมากขึ้นในการซื้อขายผ่าน E-commerce ส่งผลให้ตลาด E-commerce และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเติบโตเพิ่มมากขึ้น

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

หน่วยงานกำกับดูแลโทรคมนาคมของกัมพูชาเปิดเผยว่า ปัจจุบันกัมพูชามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 17.7 ล้านคน ซึ่งส่วนใหญ่เข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน และธนาคารแห่งชาติกัมพูชาเปิดเผยว่า ในปี 2564 มีผู้ชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมากถึง 13.6 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 42 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2563

ทั้งนี้ มูลค่าตลาดรวมของ E-commerce ในปี 2565 คาดว่าจะมีมูลค่า 1,117.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี 2566 จะมีมูลค่า 1,287.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี 2567 จะมีมูลค่า 1,509.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี 2568 จะมีมูลค่า 1,782.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ

### โอกาส/ผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทย

จากข้อมูลของสถาบันฝึกอบรมและวิจัยธุรกิจ (Trade Training and Research Institute : TTRI) ภายใต้กระทรวงพาณิชย์กัมพูชา หน่วยงานกำกับดูแลโทรคมนาคมของกัมพูชา และธนาคารแห่งชาติกัมพูชา ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคในกัมพูชาส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน และมีการซื้อขายผ่าน E-commerce มากขึ้น ส่งผลให้กลยุทธ์ในการทำธุรกิจต่างๆ ของบริษัท ห้างร้านต่างๆ ในกัมพูชาเริ่มพัฒนา และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดไปจากเดิม จากที่เคยให้ความสำคัญแต่ด้าน offline หรือขายหน้าร้านเพียงอย่างเดียว ก็จะต้องมาทำการตลาดแบบ Multi-Channel ที่ครอบคลุมหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็น Social Media, Website แอปพลิเคชัน และ Email เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าและตอบโต้ความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุดกันมากขึ้น และส่งผลให้ห่วงโซ่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น Logistics, Delivery และ Internet Banking เติบโตตามไปด้วย

ปัจจุบัน กฎหมาย E-commerce ของกัมพูชา ทำให้ผู้ใช้บริการ E-commerce มีความมั่นใจมากขึ้น ในการซื้อขายผ่าน E-commerce เช่น การกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจ E-commerce ต้องจดทะเบียนธุรกิจ เพื่อการตรวจสอบย้อนกลับได้ ซึ่งทำให้ธุรกิจ E-commerce ได้รับความน่าเชื่อถือมากขึ้นระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ส่งผลให้ตลาด E-commerce และธุรกิจที่เกี่ยวข้องในกัมพูชาเติบโตเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น กัมพูชาจึงถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพอีกตลาดหนึ่งสำหรับธุรกิจไทยที่มีศักยภาพในด้าน Digital Service นักออกแบบ และนักพัฒนาระบบ E-commerce ทั้งการพัฒนาแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์มือถือ Website การพัฒนา Platform ต่างๆ เข้ามาลงทุนในตลาด E-commerce ของกัมพูชาที่กำลังเติบโตและมีความต้องการสูงในเวลานี้และอนาคต

ที่มา: Phnom Penh Post & Khmer Times  
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา  
กรกฎาคม 2565