

ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ
ตุลาคม 2561

ส่องเทรนด์โลก เกาะติดกระแสการค้าสินค้าออนไลน์ ในกัมพูชา



กัมพูชาเป็นหนึ่งในประเทศเพื่อนบ้านของไทยที่เศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนเติบโตอย่างรวดเร็ว ปัจจุบัน แม้การค้าส่วนใหญ่ยังอยู่ในรูปแบบดั้งเดิม แต่การค้าในรูปแบบของ e-Commerce ก็มีการเติบโตโดดเด่นและเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของกัมพูชา อีกทั้งยังได้แรงหนุนจากการที่รัฐบาลกัมพูชามุ่งสนับสนุนเนื่องจากเล็งเห็นถึงความสำคัญของ e-Commerce ที่จะช่วยพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจภายในประเทศ และจากการขยายตัวของแพลตฟอร์มที่ให้บริการขายสินค้าทางออนไลน์ ดังนั้น การค้าขายสินค้าผ่านทางออนไลน์จึงเป็นอีกช่องทางสำหรับผู้ประกอบการไทยที่สนใจจะเข้าไปทำการค้ากับกัมพูชา นอกเหนือจากช่องทาง การค้าขายสินค้าแบบปกติ

เกร็ดที่น่าสนใจของตลาดการค้าสินค้าออนไลน์ในกัมพูชา

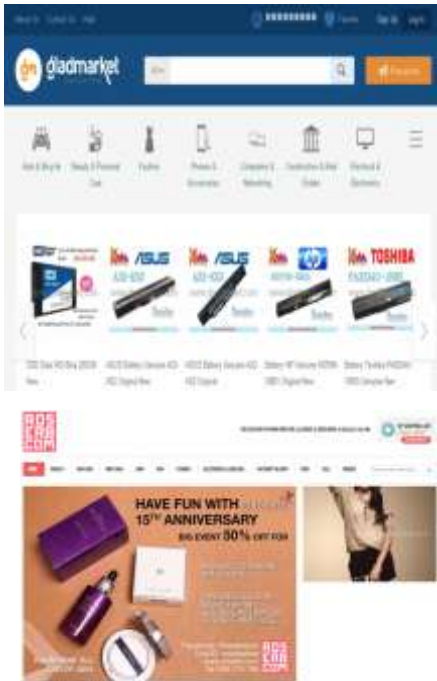
จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ สถิติจาก We are Social บริษัทด้านสื่อโฆษณาชั้นนำของโลก ณ เดือนมกราคม 2561 พบว่า กัมพูชามีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตราว 8 ล้านคน จากประชากรราว 16 ล้านคน หรือราวร้อยละ 50 ของจำนวนประชากรกัมพูชาทั้งหมด เพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่าเมื่อเทียบกับในเดือนพฤศจิกายน 2558 โดยส่วนใหญ่เป็นการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือถึง 6.3 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39 ของจำนวนประชากรกัมพูชาทั้งหมด มากเป็นอันดับสามของกลุ่มประเทศ CLMVT (ประกอบด้วยประเทศกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา เวียดนาม และไทย) รองจากไทย และเวียดนาม ทั้งนี้ กัมพูชามีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือสูงถึง 29.20 ล้านเลขหมาย มากกว่าจำนวนประชากรทั้งประเทศ ขณะที่จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งมีหลากหลายแอปพลิเคชันที่ชาวกัมพูชานิยม เช่น Facebook และ Instagram ส่งผลให้การค้าสินค้าออนไลน์ในกัมพูชาเร่งตัวขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา

สัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน
โทรศัพท์มือถือใน CLMVT

ประเทศ	สัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ (%)*
ไทย	67
เวียดนาม	52
กัมพูชา	39
สปป.ลาว	32
เมียนมา	30

หมายเหตุ : *% ของประชากรทั้งประเทศ
ที่มา : We are Social ณ มกราคม 2561

ตัวอย่างแพลตฟอร์มของ
ผู้ให้บริการท้องถิ่นกัมพูชา



ที่มา : <http://www.accessify.com> และ
<https://www.techinasia.com>

ผู้ให้บริการการชำระเงินผ่าน
โทรศัพท์มือถือในกัมพูชา



payment-systems-cambodia

Facebook และ Instagram เป็นแพลตฟอร์มที่นิยมใช้ในการซื้อขายสินค้าออนไลน์มากที่สุด ทั้งนี้ สถิติของ We are Social ณ เดือนมกราคม 2561 พบว่า ผู้ใช้ Facebook ในกัมพูชามีจำนวนสูงถึง 7 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 43 เมื่อเทียบกับเดือนมกราคม 2560 นอกจากนี้ ยังพบว่ารูปแบบการโพสต์บน Facebook ที่ชาว กัมพูชาชื่นชอบและได้รับการตอบสนองมากที่สุด คือ การโพสต์ที่เป็นวิดีโอ รองมา คือ โพสต์ที่เป็นรูปภาพ และโพสต์ที่เป็นข้อความ ขณะที่ผู้ใช้งาน Instagram ใน กัมพูชา ก็เริ่มมีจำนวนเพิ่มขึ้น หากพิจารณาการใช้แพลตฟอร์มพบว่าผู้ซื้อที่มี รายได้สูงส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ใช้ Instagram ขณะที่ผู้ซื้อที่มีรายได้ระดับปานกลาง จะเป็นกลุ่มผู้ใช้ Facebook นอกจากนี้ ยังมีแพลตฟอร์มอื่นๆ ของผู้ให้บริการท้องถิ่น ให้บริการซื้อขายสินค้าออนไลน์ อาทิ Gladmarket, Mall855, MyPhsar และ RoseRb.com โดยสินค้าที่จำหน่ายทางออนไลน์มีหลากหลายประเภท อาทิ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ สินค้าแฟชั่นและ เครื่องประดับ เครื่องใช้และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รถยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นต้น

ชาว กัมพูชา นิยมจ่ายชำระค่าสินค้าออนไลน์ที่ปลายทางและชำระเป็นเงินสด ส่วนหนึ่งเนื่องจากปัจจุบันชาว กัมพูชาส่วนใหญ่ยังไม่มีบัตรเครดิตใช้ สะท้อนได้ จากสถิติของ We are Social ณ เดือนมกราคม 2561 ที่ระบุว่าในจำนวนประชากร กัมพูชาซึ่งมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น ที่มีบัตรเครดิต ทำให้ ปัจจุบันการซื้อขายสินค้าออนไลน์ยังเป็นเพียงการเลือกดูสินค้าจาก Facebook และ Instagram อาจมีสิ่งซื้อทาง Messenger ใน Facebook หรือใช้การโทรศัพท์ ยืนยันการซื้อขาย แต่การชำระค่าสินค้ายังนิยมวิธีการชำระด้วยเงินสดเมื่อได้รับ สินค้า (Cash on Delivery : COD) มากกว่าการชำระค่าสินค้าด้วยช่องทางอื่นๆ อาทิ การโอนผ่าน Wing (Wing Cambodia Limited Specialized Bank) ผู้ให้บริการ โอนเงินรายใหญ่ในกัมพูชา True Money บริษัทย่อยของค่ายมือถือยักษ์ใหญ่จากไทย และ Pi Pay ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันสำหรับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ขณะที่ การโอนเงินผ่านธนาคารยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ซึ่งจากสถิติพบว่าชาว กัมพูชาซึ่ง มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีบัญชีธนาคารเพียงร้อยละ 22

วิธีการจัดส่งสินค้าออนไลน์ เนื่องจากชาว กัมพูชาไม่ชอบการรอคอยหากสั่งซื้อ สินค้าวันนี้ก็มักต้องการได้รับสินค้าอย่างรวดเร็ว ยิ่งได้รับทันทีหลังจากที่สั่งซื้อเลย ยิ่งดี บางครั้งแค่เพียงแจ้งว่าจะต้องส่งสินค้าวันถัดไป ลูกคาก็อาจขอยกเลิกคำสั่งซื้อ ทันที อีกทั้งชาว กัมพูชาไม่นิยมชำระเงินค่าสินค้าก่อนได้รับสินค้า ผู้จำหน่ายสินค้า ผ่านระบบออนไลน์จึงอาจใช้วิธีว่าจ้างผู้ให้บริการขนส่งสินค้าจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า หรือเลือกใช้รถจักรยานยนต์รับจ้างขนส่งสินค้าซึ่งวิธีดังกล่าวมีความสะดวกและ รวดเร็วกว่าวิธีอื่นๆ เพราะกรุงเทพมหานครมักประสบปัญหาการติดขัดเช่นเดียวกับ เมืองใหญ่ๆ หลายเมือง ขณะที่ระบบการจัดส่งสินค้าผ่านไปรษณีย์ของกัมพูชายัง ค่อนข้างล่าช้าและสินค้าอาจได้รับความเสียหาย จึงไม่เป็นที่นิยม ทั้งนี้ ปัจจุบัน ผู้ให้บริการสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่ในกัมพูชาไม่คิดค่าจัดส่งสินค้า

ตัวอย่างผู้ให้บริการสินค้าออนไลน์ในกัมพูชา
ที่ไม่คิดค่าจัดส่งสินค้า



ที่มา : <http://www.eshoppingcambodia.com>

กระแสการค้าผ่านระบบออนไลน์ซึ่งเป็นที่นิยมมากขึ้นในกัมพูชา โดยเฉพาะบนแพลตฟอร์มสำคัญอย่าง Facebook หรือ Instagram คาดว่าจะเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดการค้าออนไลน์ในกัมพูชา โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และสินค้าแฟชั่น อย่างไรก็ตาม การที่ชาวกัมพูชายังไม่นิยมใช้บัตรเครดิต รวมถึงระบบการขนส่งในประเทศที่ยังไม่เอื้อต่อการค้าขายผ่านทางออนไลน์ ตลอดจนภาวะการแข่งขันที่เริ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะผู้ค้าสินค้าออนไลน์จากจีน ซึ่งได้เปรียบด้านต้นทุน ปัจจัยเหล่านี้ยังคงเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะก้าวเข้าสู่การค้าออนไลน์ในตลาดกัมพูชา

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

