

อสังหาริมทรัพย์ในกัมพูชาขยายตัว ดันยอดขายสินค้ากลุ่มวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ที่มา : Phnom Penh Post

เมื่อวันที่ 18- 20 กันยายน ที่ผ่านมา ได้มีการจัดงานแสดง ภายใต้ชื่องาน Cambuild 2019 โดยมีบริษัททั้งจากในประเทศกัมพูชาและจากต่างประเทศ อาทิ เช่น จีน, อินเดีย, ไต้หวัน, ไทย, มาเลเซีย, ญี่ปุ่น, อิตาลี และสิงคโปร์ มาเข้าร่วมแสดงสินค้ารวมแล้วกว่า 250 บริษัท โดยส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทวัสดุ ก่อสร้าง เครื่องมือและอุปกรณ์ เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งภายใน เครื่องสุขภัณฑ์และเครื่องครัว ผ้าม่าน ฝ้าเพดาน ประตู ฝ้าบาน กระจก เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีสินค้าที่เกี่ยวกับการอุตสาหกรรมก่อสร้าง เช่น รถผสมปูน รถคอนกรีตขนาดเล็ก ซึ่งปัจจุบันสินค้าในกลุ่มนี้ เป็นที่ต้องการของตลาดกัมพูชาเป็นอย่างมาก จึงทำให้งานดังกล่าว มีผู้ประกอบการรับเหมาและเจ้าของโครงการต่างๆให้ความสนใจเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ภาคอสังหาริมทรัพย์ในกัมพูชาขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้กลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับภาคก่อสร้างมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากสถิติการนำเข้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของกัมพูชาเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในปี 2017 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15 ในปี 2018 ที่ผ่านมา และจากสถิติของกระทรวงการจัดการที่ดินและการก่อสร้าง ระบุว่า การลงทุนในภาคการก่อสร้างในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2019 มีมูลค่า 3.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 57.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา



ผู้แทนจากกลุ่ม บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย หรือ SCG ระบุว่า เนื่องจากมีโครงการบ้านจัดสรร และคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นมาก ทำให้ความต้องการสินค้าวัสดุก่อสร้าง โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการก่อสร้างตึกและอาคารขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นมากขึ้นไปด้วย โดยในช่วง 6 เดือนแรกของปีนี้ ยอดขายของบริษัทฯ ในตลาดกัมพูชา มีมูลค่า 226 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ ไม่เพียงแต่วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างเท่านั้นที่มียอดขายเพิ่มมากขึ้น แต่รวมถึงเครื่องใช้ในบ้านเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งภายใน และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับลิฟต์สำหรับอาคารและตึกสูงก็มีความต้องการเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

โอกาสทางการค้าและการลงทุนของไทย

การจัดงานแสดงสินค้าในลักษณะนี้ ถือได้ว่าตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตลาด เห็นได้จากมีผู้เข้าชมใจร่วมงานมากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา โดยส่วนใหญ่เป็นเจ้าของโครงการ แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันจีนเป็นผู้เข้ามาลงทุนหลักในด้านการก่อสร้างในโครงการต่างๆ จึงทำให้ปีนี้บริษัทจากจีนเข้ามาเปิดบูทแสดงสินค้าเป็นจำนวนมาก ดังนั้น เพื่อให้ประสบผลสำเร็จในการมาขยายตลาด ผู้ประกอบการไทยควรมีการศึกษาตลาดเช่น หาข้อมูลผู้นำเข้าที่บริษัทสนใจจะเป็นคู่ค้า รวมทั้งศึกษาคู่แข่งโดยเฉพาะจีน เพื่อปรับแผนการตลาดและกลยุทธ์ให้สามารถแข่งขันได้

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงพนมเปญ

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ