

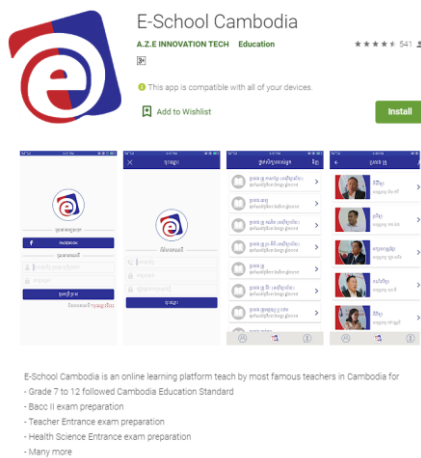
ธุรกิจ E-Commerce ในกัมพูชาเติบโตสวนกระแสช่วง COVID-19

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่แพร่กระจายไปทั่วโลก ส่งผลให้ภาพรวมเศรษฐกิจโลกชะลอตัวมากขึ้น รายได้ของหลายอุตสาหกรรมต้องลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อย่างเช่น ธุรกิจทัวร์ สายการบิน โรงแรม ร้านค้าปลีก ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงการคมนาคม สาธารณะต่างๆ เป็นต้น ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง และเริ่มมีการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ เช่น การปรับลดจำนวนพนักงาน ลดเงินเดือน หรือแม้กระทั่งการปิดกิจการ

การระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ยังสร้างความตื่นตระหนกให้กับผู้คนจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้คนส่วนใหญ่มีแนวโน้มลดการออกมาจับจ่ายใช้สอยนอกบ้าน ลดการใช้บริการห้างร้าน และหลีกเลี่ยงการเดินทางไปในที่สาธารณะที่มีคนแออัดมากยิ่งขึ้น บางองค์กรหรือบางบริษัทมีนโยบายให้พนักงาน Work From Home รวมถึงโรงเรียนต่างๆ ก็สั่งให้นักเรียนหยุดเรียน

ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ประกอบกับสถานการณ์ที่ไม่เอื้อต่อการออกไปจับจ่ายใช้สอยได้เหมือนเช่นเคย และต้องใช้เวลาอยู่ที่บ้านมากขึ้น จึงทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาใช้บริการต่างๆ ผ่านช่องทาง Online Service ไม่ว่าจะเป็นการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์และ Food Delivery กันมากขึ้น

● แอปพลิเคชันและแพลตฟอร์มด้านการศึกษา (Online Study Platform)



สำหรับประเทศกัมพูชาหลังจากที่รัฐบาลมีนโยบายให้โรงเรียนต่างๆ หยุดเรียน และบริษัทส่วนใหญ่ให้พนักงาน Work From Home แล้วนั้น ทำให้แอปพลิเคชันที่ใช้ในการทำงานและประชุม VDO Conference อาทิเช่น “ ZOOM Cloud Meetings” และ “ Google Classroom” มีการดาวน์โหลดและนำมาใช้มาสูงที่สุดใน 10 อันดับแรก จากจำนวนแอปพลิเคชันทั้งหมดที่ผู้ใช้ชาวกัมพูชาดาวน์โหลด ในขณะที่แอปพลิเคชันด้านการศึกษาก็ได้รับความนิยมไม่แพ้กัน โดย 1 ในแอปพลิเคชันที่มีการดาวน์โหลดมากที่สุด คือ “ E-School Learning” ที่ออกแบบและผลิตโดยนักออกแบบและนักพัฒนาแอปพลิเคชันมือถือนำท้องถิ่นในประเทศ แอปพลิเคชันนี้เป็นช่องทางออนไลน์แห่งแรกที่เปิด

โอกาสให้ครูและนักเรียนในกัมพูชาสามารถทำการเรียนการสอนผ่านทางออนไลน์ได้

" KOOMPI Academics " เป็นอีกหนึ่งแพลตฟอร์มการศึกษาออนไลน์ฟรีที่ออกแบบมาเฉพาะสำหรับนักเรียนในกัมพูชาเพื่อให้สามารถศึกษาที่บ้านได้ในขณะนี้ โดยนาย Thul Rithy ผู้ก่อตั้ง บริษัทผลิตคอมพิวเตอร์ Laptop ในกัมพูชาแบรนด์ KOOMPI เป็นผู้ออกแบบและพัฒนาโปรแกรมดังกล่าวขึ้น เพื่อให้เป็นแพลตฟอร์มนำร่องสำหรับโรงเรียน มหาวิทยาลัย ที่ต้องการเผยแพร่เนื้อหา บทเรียน หรือข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์แก่นักเรียน นักศึกษา โดยโรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือโรงเรียนกวดวิชาต่างๆ สามารถพัฒนาหลักสูตรของตัวเองและอัปเดต

เนื้อหาขึ้นใน KOOMPI Academy เพื่อให้นักเรียนสามารถดาวน์โหลดเนื้อหาการเรียนการสอนต่างๆ ผ่านทาง KOOMPI Academy ได้ โดยในปัจจุบันแพลตฟอร์มนี้เปิดให้ใช้บริการฟรี โดยเน้นผู้ให้บริการด้านการศึกษาเป็นหลักก่อนและจะปรับให้เป็นในรูปแบบของการค้าและธุรกิจต่อไปในอนาคต

นอกจากนี้ ยังมี Online study platform ต่างๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้น อาทิเช่น Khmer Academy, Our Sarath ที่บรรจุเนื้อหาวิชาต่างๆ ให้นักเรียนได้เข้ามาเรียนรู้ผ่านช่องทางนี้ รวมไปถึงแอปพลิเคชันสำหรับการเรียนการสอนภาษาเขมรที่ได้มีการพัฒนาขึ้นและใช้อยู่ในปัจจุบันรวมแล้วมากกว่า 20 แอปพลิเคชัน



- **แอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหาร หรือ Food Delivery**

นอกจากด้านแอปพลิเคชันการศึกษาแล้ว แอปพลิเคชันประเภทอื่นที่ได้รับความนิยมไม่แพ้กัน คือ แอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหาร หรือ Food Delivery โดยปกติพฤติกรรมผู้บริโภคชาวกัมพูชาส่วนใหญ่นิยมออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านกับครอบครัว นัดพบสังสรรค์ จัดงานเลี้ยง ตามร้านอาหารมากกว่าการสั่งกลับไปกินที่บ้าน แต่หลังจากมีภาวะระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่กลัวและไม่กล้าออกไปกินข้าวตามร้านอาหาร ทำให้ร้านอาหารต่างๆ โดยเฉพาะในกรุงพนมเปญต้องปรับกลยุทธ์การขายใหม่ มาเป็นแบบการขาย online แทน โดยมีทั้งขายผ่าน Line facebook และที่นิยมมากที่สุดในตอนี้ คือ ขายผ่านแอปพลิเคชัน Food Delivery ซึ่งมีทั้งแอปฯ ที่มาจากต่างชาติ อย่างเช่น Food Panda, E-Gets และแอปฯ ที่พัฒนาโดยผู้ออกแบบและพัฒนาท้องถิ่น อาทิเช่น Meal Temple, Nham 24, Muuve และ YPP Express เป็นต้น โดยสินค้าที่นำขึ้นมายาวไวบนหน้าร้านออนไลน์มีตั้งแต่สินค้าทุกชนิดในร้านสะดวกซื้อและซูเปอร์มาร์เกต เครื่องดื่มต่างๆ เช่น กาแฟ ชาสมุนไพร อาหารตามสั่งจากร้านต่างๆ รวมไปถึงจนถึงอาหาร street food แบบรถเข็นก็ยังเปลี่ยนแปลงยุทธ์ขึ้นไปขายอยู่บนออนไลน์

นาย Hoen Sodalen ผู้บริหารฝ่ายการตลาดของ Muuve แอปพลิเคชัน Food Delivery รายหนึ่งใน กัมพูชา กล่าวว่า ยอดการใช้บริการผ่าน Muuve ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 130 โดยอาหารที่ส่ง ส่วนใหญ่จะเป็น Fast Food, Street Food และขนมไข่มุข

Nham 24 เป็นอีกแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ก่อตั้งโดยผู้พัฒนาแอปฯ ท้องถิ่น ปัจจุบันมี ร้านอาหารเข้าร่วมเป็นสมาชิกกว่า 2,000 ร้าน ทั้งในกรุงพนมเปญ และเสียมราฐ และมีแผนที่จะขยายกิจการให้ ครอบคลุมในอีก 3 จังหวัด ได้แก่ กัมปอต กัมปงจาม และพระตะบอง โดยผู้บริหารแอปฯ นี้กล่าวว่า คนกัมพูชา เริ่มใช้โทรศัพท์มือถือแบบ smart phone เพิ่มขึ้น ทำให้สามารถเข้าถึงบริการต่างๆทางแอปพลิเคชันได้ง่ายขึ้น จึงเป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ยอดการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปฯ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและเริ่มเพิ่มสูงมากใน สถานการณ์ช่วงนี้

นอกจากการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันแล้วยังมีการให้บริการผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น Facebook และ website อย่างเช่นนาย Seng Hok Heng เจ้าของธุรกิจรับทำอาหารและจัดงานเลี้ยงต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบจาก การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 เช่นกัน โดยนาย Hok Heng ได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้มา อยู่ใน รูป ของ online แทน โดยได้สร้าง Facebook Page ชื่อ " Hengmart " และ website www.senghokheng.com เพื่อขายอาหารและสินค้าประเภท grocery พร้อมบริการส่งถึงบ้าน โดยนาย Hok Heng กล่าวว่า ในแต่ละวันทางร้านจะได้รับคำสั่งซื้ออาหารจากลูกค้ากว่า 150 รายการ และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าในอีกไม่ช้า



foodpanda - Local F
Foodpanda GmbH a sub

★★★★★



Meal Temple
MEAL TEMPLE

★★★★★



Muuve
Phanith Panh

★★★★★



NHAM24
GO24 Pte. Ltd.,

★★★★★



Street Food Cambo
MCS Developer

★★★★★



InstafoodKh
Instafoodkh

★★★★★



The Speed Delivery
The Speed



Jongnhams
PLAN-B Cambodia

★★★★★



YPP Express - Cam
Your Phnom Penh

★★★★★



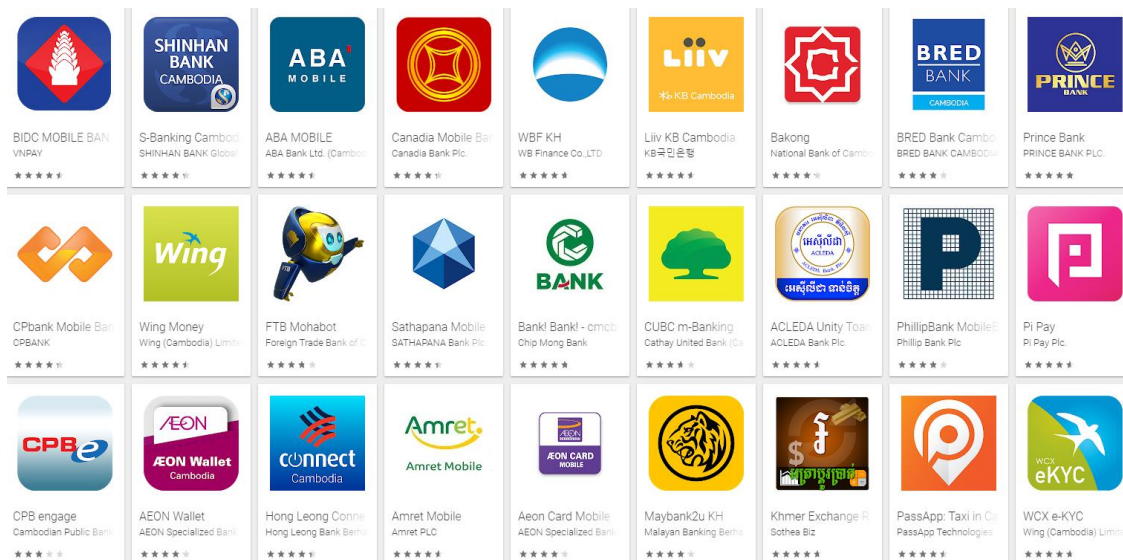
E-GetS
E-Gets 東单点

★★★★★

- **แอปพลิเคชันสำหรับทำธุรกรรมทางการเงิน**

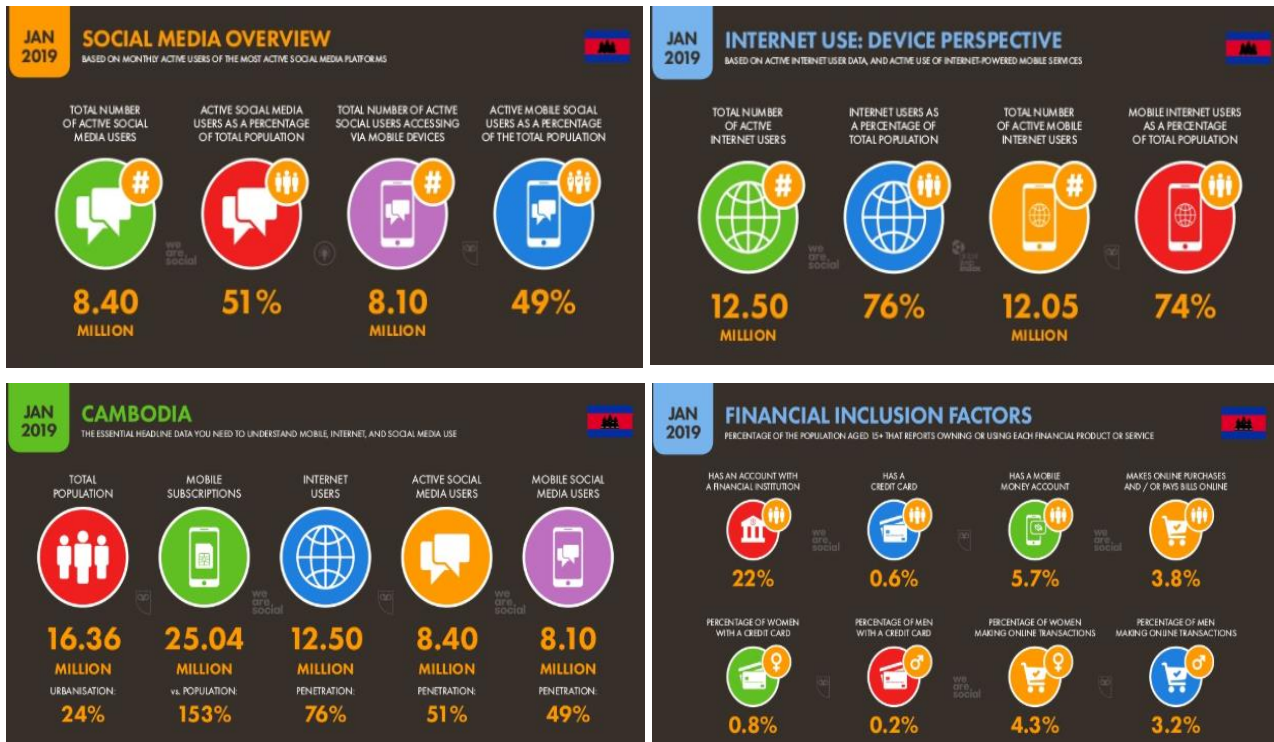
ตั้งแต่มีการระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 เป็นต้นมา ธุรกิจที่เกี่ยวกับการค้าขายส่วนใหญ่จะถูกนำขึ้นมาไว้บนช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นร้านขายอุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายรถยนต์มือสอง ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เกตต่างๆ รวมไปถึงจนถึงบริษัทที่ทำธุรกิจด้าน real estate ซึ่งปัจจุบันแม้ว่าการซื้อขายในรูปแบบของการสั่งซื้อผ่านออนไลน์ในกัมพูชาจะยังไม่ได้มีการพัฒนาเป็นรูปแบบของ E-Commerce เต็มรูปแบบเท่าที่ควร เพราะวิธีการชำระเงินยังไม่มีทางเลือกให้เลือกมากนัก ผู้ซื้อสินค้าส่วนใหญ่ยังไม่สามารถที่จะชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้ การชำระเงินยังเป็นในรูปแบบของการเก็บเงินสดปลายทาง แต่ปัจจุบันเนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ทำให้คนส่วนใหญ่หลีกเลี่ยงการจับเงินสดและให้มาใช้เงินในรูปแบบของ e-wallet หรือ e-money แทน ร้านค้าหลายๆ ร้านเปลี่ยนวิธีการรับเงินสดจากลูกค้าเป็นการให้ลูกค้าโอนเงินเข้าบัญชีแทนเมื่อสินค้าถึงผู้รับ

การทำธุรกรรมทางการเงินในกัมพูชาถือได้ว่าเป็นเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดด จากเดิมเมื่อ 4-5 ปีที่ผ่านมาการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ส่วนใหญ่จะใช้เป็นเงินสดเท่านั้น แม้กระทั่งการถอนเงินจากธนาคารก็จะต้องไปติดต่อโดยตรงที่ธนาคารเท่านั้น เครื่องถอนเงินแบบอัตโนมัติเพิ่งจะมีแพร่หลายตามเมืองใหญ่ เมื่อ 3-4 ปีที่ผ่านมา จนมาถึงปัจจุบันการทำธุรกรรมต่างๆ กับธนาคารสามารถดำเนินการผ่าน Mobile Banking ได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นการฝาก ถอน ชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ รวมไปถึงการชำระค่าสินค้าจากการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ด้วย ทำให้ธนาคารส่วนใหญ่ในกัมพูชาต้องปรับตัวและพัฒนาแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของตนเพื่อตอบรับกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ปัจจุบันแอปพลิเคชันต่างๆ ที่เกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินในกัมพูชานอกจาก Mobile Banking แล้ว ยังมีมากกว่า 50 แอปพลิเคชัน ให้เลือกใช้ ไม่ว่าจะเป็นแอปพลิเคชันสำหรับการโอนเงิน การจ่ายเงินในรูปแบบของ e-wallet หรือแม้แต่การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศก็ตาม



- **แนวโน้มธุรกิจ E-Commerce ในกัมพูชา**

จากสถิติการใช้โทรศัพท์มือถือและการใช้อินเทอร์เน็ตของกัมพูชาในปี 2562 ระบุว่า จากจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศ 16.36 ล้านคน มีประชาชนที่ลงทะเบียนใช้โทรศัพท์มือถือรวมแล้วประมาณ 25.04 ล้านคน (เกือบครึ่งหนึ่งของประชากรมีโทรศัพท์มือถือมากกว่า 1 เครื่อง) มีผู้ที่สามารถเข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ต 12.50 ล้านคน (เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ถึงร้อยละ 56) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76 ของประชากรทั้งหมด และมีผู้ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้โดยผ่านโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 96.4 ของจำนวนผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตทั้งหมด



ที่มา : Digital Cambodia 2019, Hootsuite (www.slideshare.net)

ประชาชนสามารถเข้าถึง Social Media ได้รวม 8.4 ล้านคน (เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ถึงร้อยละ 20) โดยในจำนวนนี้ 8.1 ล้านคนเข้าถึง Social Media โดยผ่านโทรศัพท์มือถือ โดย Facebook เป็น Social Media ที่ชาวกัมพูชานิยมใช้มากที่สุด โดยมีจำนวนผู้ลงทะเบียนผู้ใช้ถึง 8.3 ล้านคน

สำหรับการใช้งานในรูปแบบของ E-commerce ที่เริ่มเป็นที่นิยม คือ Mobile banking ซึ่งมีสัดส่วนผู้ใช้งานร้อยละ 22 ส่วนการซื้อของและชำระสินค้าผ่านทาง online ยังไม่มากอยู่ที่ร้อยละ 3.8 ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากการซื้อสินค้าในรูปแบบของ E-commerce ส่วนใหญ่ยังต้องให้มีการชำระเงินด้วยการตัดบัตรเครดิต ซึ่งประชาชนที่มีบัตรเครดิตในประเทศมีสัดส่วนอยู่เพียงร้อยละ 0.6 เท่านั้น

- **โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทย**

จากสถิติฯ ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคในกัมพูชาส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีต่างๆ ในชีวิตประจำวันมากขึ้น ส่งผลให้กลยุทธ์ในการทำธุรกิจต่างๆ ของบริษัท ห้างร้านต่างๆ ในกัมพูชาเริ่มพัฒนาและปรับเปลี่ยนวิธีการทำตลาดไปจากเดิม จากที่เคยให้ความสำคัญแต่ด้าน offline หรือขายหน้าร้านเพียงอย่างเดียว ก็จะต้องมาทำการตลาดแบบ Multi-Channel ที่ครอบคลุมหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็น Social Media, Website แอปพลิเคชัน และ Email เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าและตอบโจทยลูกค้าได้มากที่สุดกันมากขึ้น และส่งผลให้วงจรธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น Logistics, Delivery และ Internet Banking เติบโตตามไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามวิกฤตเช่นนี้ ยิ่งเป็นแรงผลักดันให้ผู้บริโภคหันมาใช้เทคโนโลยีในการดำรงชีวิตมากขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าปัจจุบันการค้าขายผ่านช่องทาง online ในกัมพูชาจะมีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังมีข้อจำกัดในอีกหลายด้าน อาทิเช่น ระบบการขนส่งสินค้า ระบบการชำระเงิน ระบบคลังสินค้า ที่ยังไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ ไปด้วยกันได้ จึงทำให้ยังไม่สามารถพัฒนาไปสู่การค้าขายในรูปแบบของ E-commerce ได้อย่างเต็มรูปแบบ ดังนั้น กัมพูชาจึงถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพอีกตลาดหนึ่งสำหรับธุรกิจ Digital service และถือเป็นโอกาสสำหรับนักออกแบบและนักพัฒนาที่มีความสามารถ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันมือถือ Website รวมถึงการพัฒนา Platform ต่างๆ ในการเข้ามาสู่ตลาดที่กำลังเติบโตและมีความต้องการสูงในเวลาอัน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงพนมเปญ
เมษายน 2563

ที่มาข้อมูล: Phnom Penh Post

Khmer Times

Digital Cambodia 2019, Hootsuite (www.slideshare.net)