

## การปรับตัวของภาคค้าปลีกในกัมพูชายุคโควิด-19



แรงกดดันจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ภาพรวมการค้าปลีกในกัมพูชาต้องปรับลดการขายสินค้าหน้าร้านเป็นออนไลน์แทนเพิ่มมากขึ้น

โดยข้อมูลจาก CBRE บริษัทที่ปรึกษาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำ ได้ทำการสำรวจผู้ประกอบการจากร้านค้าปลีกจำนวน 40 แห่ง จากหลายสาขาธุรกิจ

ต่างๆ กัน ในเดือนสิงหาคม 2563 พบว่าผู้ประกอบการค้าปลีกส่วนใหญ่พร้อมรับมือกับผลกระทบของโควิด-19 อย่างไรก็ตาม ล่าสุด CBRE ได้ทำการสำรวจเดียวกันนี้อีกครั้งในระหว่างวันที่ 11 - 21 พฤษภาคม 2564 พบว่าผู้ประกอบการค้าปลีกส่วนใหญ่มีมุมมองเชิงลบมากขึ้น หลังจากเหตุการณ์ที่ชาวต่างชาติบางกลุ่มหลบหนีการกักตัวจนส่งผลให้มีการแพร่ระบาดฯ ในประเทศอีกครั้งในวันที่ 20 ก.พ. 2564 ที่ผ่านมา

โดยผลสำรวจดังกล่าวยังเปิดเผยข้อมูลว่าร้อยละ 65 ของร้านค้าปลีก คาดว่าจะลดการขายสินค้าหน้าร้าน และอาจถึงขั้นต้องปิดร้าน ส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าปลีกในกลุ่มธุรกิจแฟชั่น ความงาม และสินค้าที่มีความหรูหรา ในขณะที่ผลการสำรวจในเดือนสิงหาคมปีที่ผ่านมาพบว่ามีจำนวนเพียงร้อยละ 28 ที่คาดว่าจะสูญเสียร้าน ในขณะที่ผู้ค้าปลีกธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม กลับมีมุมมองที่หลากหลายกว่า ทั้งนี้ จากข้อมูลพบว่าร้อยละ 50 ของร้านค้าปลีกมีโอกาสที่จะขยายร้าน ในทางกลับกันอีกร้อยละ 50 คิดว่าไม่มีความจำเป็นที่จะขยายร้านแต่อย่างใด ซึ่งสิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงแนวคิดที่ความแตกต่างกันระหว่างร้านค้าปลีกสมัยใหม่กับร้านค้าปลีกทั่วไปในตลาดสดท้องถิ่น ซึ่งอาจเป็นผลมาจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดฯ เช่น การตรวจวัดอุณหภูมิก่อนการเข้าใช้บริการของลูกค้า ในขณะที่ร้านขายของชำในตลาดสดถูกสั่งให้ปิดในช่วง Lockdown ที่ผ่านมา และเพิ่งสามารถกลับมาเปิดได้อีกครั้งเมื่อไม่นานมานี้ ส่งผลให้ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่และซูเปอร์มาร์เก็ตมีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น

ทั้งนี้ จากข้อมูลพบว่าร้อยละ 57 ระบุว่าจำเป็นต้องปิดร้านบางส่วนหรือทั้งหมด ซึ่งเพิ่มขึ้นจากที่ผลสำรวจในเดือนสิงหาคมปีที่ผ่านมาที่มีเพียงร้อยละ 48 ในขณะเดียวกัน นอกจากนี้ผู้ค้าปลักร้อยละ 39 คาดว่าธุรกิจต่างๆ จะสามารถฟื้นตัวภายใน 1 - 3 เดือน ประมาณร้อยละ 20 คาดการณ์ว่า 3 เดือน - 1 ปี และร้อยละ 5 คาดการณ์ว่าระยะเวลาการฟื้นตัวมากกว่า 1 ปี อย่างไรก็ตามภาพรวมมีความเห็นตรงกันว่าการขายออนไลน์ช่วยบรรเทาการค้าที่ซบเซา และบางร้านปรับรูปแบบเป็นการขายออนไลน์จนกลายเป็นธุรกิจหลักได้

ในส่วนของการเช่า พบว่าร้านค้าปลีกส่วนใหญ่พอใจที่ทางผู้ให้เช่า (Landlord) มีมาตรการช่วยเหลือ โดยร้อยละ 71 ระบุว่าได้รับส่วนลดจากผู้ให้เช่า และร้อยละ 39 ได้รับส่วนลดค่าเช่ามากกว่าร้อยละ 30

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

นอกจากนี้ พบว่ามีความแตกต่างระหว่างผลการสำรวจทั้งสองครั้ง โดยผู้ตอบแบบสอบถามในเดือน พฤษภาคม 2564 มีความกังวลอย่างมากในเรื่องของ 1) การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน (ร้อยละ 43 กับร้อยละ 19 ในเดือนสิงหาคมปีที่แล้ว) 2) การจัดการผู้ติดเชื้อ (ร้อยละ 33 กับร้อยละ 8) และ 3) การหยุดชะงักในการจัดส่งสินค้าออนไลน์ (ร้อยละ 23 กับร้อยละ 8)

### ผลกระทบ/โอกาสของผู้ประกอบการไทย

1) แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังมีต่อไป แต่พบว่าร้านค้าปลีกหลายรายที่สามารถปรับตัวสามารถสร้างกำไรในช่วงวิกฤตินี้ได้ โดยเฉพาะการใช้ช่องทางในการขายสินค้าผ่านทางออนไลน์แทน

2) แนวโน้มการค้าทั่วโลกยังคงมุ่งไปที่การค้าออนไลน์แม้ว่าจะมีหรือไม่มีโควิด-19 ดังนั้นผู้ประกอบการไทยควรปรับตัว และให้ความสำคัญกับการค้าออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงสินค้าผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ การบริหารจัดการขนส่งสินค้า และการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะนอกจากจะอำนวยความสะดวกให้ทั้งผู้ขายและลูกค้า ยังสามารถลดการสัมผัสและลดลงการติดเชื้อโรคต่างๆ ด้วย

---

ที่มา Khmer Times  
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา  
มิถุนายน ๒๕๖๔