

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกัมพูชา : เปิดโอกาสให้ไทยเข้าไปเจาะตลาดสินค้าอาหาร

ในบรรดาภาคเศรษฐกิจสำคัญของกัมพูชา นอกเหนือจากการทำการเกษตรและประมง (โดยเฉพาะประมงน้ำจืด) และการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปแล้ว **ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง** นับเป็นแม่เหล็กดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศมายังกัมพูชา ทั้งนี้ การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดเป็นยุทธศาสตร์หลักที่รัฐบาลกัมพูชาเร่งส่งเสริมและให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากกัมพูชามีสถานที่ท่องเที่ยวติดอันดับโลก โดยเฉพาะนครวัด-นครธม และโบราณสถานในเสียมเรียบ รวมทั้งประวัติศาสตร์การเมืองซึ่งมีการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ของชนชาติเดียวกันจนได้รับการบันทึกในประวัติศาสตร์การเมืองโลก ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพบริเวณทะเลสาบเขมร (Tonle Sap) ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางประเทศ ก็นับเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกให้เดินทางมาเยือนกัมพูชา

ภาคการท่องเที่ยวของกัมพูชาที่มีแนวโน้มสดใสขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นกว่า 1.4 ล้านคน ในปี 2548 ขยายตัวร้อยละ 35 และคาดว่าจะเพิ่มเป็นกว่า 3 ล้านคน ในปี 2553 ขณะที่ภาคการผลิต โดยเฉพาะการผลิตสินค้าอาหารและสินค้าเกษตรภายในประเทศมีไม่เพียงพอรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากข้อจำกัดหลายประการ อาทิ เครื่องมือทางการเกษตรมีไม่เพียงพอ เทคโนโลยีในการผลิตล้าสมัย ระบบสาธารณสุขภาคขั้นพื้นฐานยังขาดแคลน รวมถึงปัญหาภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นเป็นประจำ ทั้งปัญหาภัยแล้งและอุทกภัย เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ กัมพูชาจึงจำเป็นต้องนำเข้าสินค้าอาหารและสินค้าเกษตรจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปีเพื่อใช้บริโภคและตอบสนองอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสดีของไทยในฐานะประเทศเพื่อนบ้านที่มีความพร้อมและมีศักยภาพในการเข้าไปเจาะตลาดสินค้าอาหารในกัมพูชา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการนำเข้าสินค้าอาหารของกัมพูชา

- **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของกัมพูชา**

สถานการณ์ทางการเมืองที่เริ่มมีเสถียรภาพ ตลอดจนความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังกัมพูชาเพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง อาทิ โรงแรมและร้านอาหาร เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นแหล่งดึงดูดเงินตราต่างประเทศซึ่งสร้างรายได้ให้แก่กัมพูชามากเป็นอันดับ 2 รองจากอุตสาหกรรมสิ่งทอ

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาในกัมพูชาเป็นนักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร ไทย และจีน ซึ่งนิยมเดินทางมายังจังหวัดเสียมเรียบมากที่สุด รองลงมา คือ กรุงพนมเปญ

ข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในกัมพูชา มีดังนี้

- **ลักษณะการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลกัมพูชา** เน้นชูจุดขายทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (เน้นส่งเสริมบริเวณจังหวัดเสียมเรียบ) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (เน้นส่งเสริมในพื้นที่ซึ่งแม่น้ำโขงไหลผ่านรวมทั้งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือบริเวณจังหวัดสตึงแตรัง รัตนคีรี มณฑลคีรี และกระแจะ ซึ่งล้วนเป็นพื้นที่ผืนป่า

ขนาดใหญ่ของประเทศ) การท่องเที่ยวชายทะเล (แถบกรุงสีหนุวิลล์ กรุงแกป จังหวัดกำปอตและเกาะกง) ตลอดจนการท่องเที่ยวบริเวณเมืองหลวงซึ่งเน้นวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์การเมือง (กรุงพนมเปญและพื้นที่โดยรอบ)

แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของกัมพูชา



MAP NO. 2802 PAK 4 1:4,000,000 1986 January 2004

Department of Mass-Communication
Geography Section

- **รัฐบาลกัมพูชามีแผนพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว** โดยเน้นสร้างความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของกัมพูชาให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของนานาชาติ พร้อมทั้งกำหนดแผนปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยว (Tourism Action Plan) โดยตั้งเป้าหมายให้กัมพูชาเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นอกจากความพยายามดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติการดังกล่าวแล้ว ยังมีปัจจัยแวดล้อมหลายด้านที่มีส่วนช่วยสนับสนุนให้บรรยากาศการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในกัมพูชามีความคึกคักขึ้น ที่สำคัญได้แก่ การเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านต่าง ๆ การดำเนินนโยบายเปิดน่านฟ้าเสรี (Open Sky Policy) เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการบินระหว่างประเทศต่าง ๆ ให้มีมากขึ้น พร้อมทั้งนโยบาย Visa on Arrival ที่ออกวีซ่าให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ทันทีที่เดินทางมาถึงสนามบิน ทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางและการขออนุญาตเข้าประเทศ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยเน้นลบภาพลักษณ์หรือทัศนคติที่ไม่ดีต่อกัมพูชาในอดีต เพื่อเรียกความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวและนักลงทุนให้กลับคืนมา ตลอดจนการดำเนินนโยบายเพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างกันในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญ คือ การพัฒนาเส้นทางคมนาคมระหว่างกัน การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการเชื่อมโยงธุรกิจบริการอื่น ๆ

ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ทั้งนี้ หลังจากรัฐบาลกัมพูชาเร่งดำเนินการภายใต้มาตรการต่าง ๆ ดังกล่าว ส่งผลให้การลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะโรงแรมและที่พักในเสียมเรียบ ซึ่งคาดว่าจะมีเพิ่มขึ้นอีกกว่า 2,000 ห้องพัก ในปี 2549 (จากจำนวนห้องพักที่มีอยู่เกือบ 10,000 ห้อง ในปัจจุบัน)

- **ภาวะการท่องเที่ยวของกัมพูชาในช่วงที่ผ่านมา** มีรายละเอียดดังนี้

ช่วงปี	รายละเอียดนักท่องเที่ยว
2537-2539 (ช่วงเริ่มต้นระบบตลาด)	นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 1.7 แสนคน ในปี 2537 เป็น 2.6 แสนคน ในปี 2539 โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยกว่า 20% ต่อปี
2540	การท่องเที่ยวชะงักลง เนื่องจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในภูมิภาค ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง 16% เหลือ 2.2 แสนคนในปี 2540
2541-2545	การท่องเที่ยวกระเตื้องขึ้นตั้งแต่ปี 2541 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 28% ในปี 2541 และคึกคักขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยขยายตัวเฉลี่ย 30% ต่อปี ส่งผลให้ในปี 2545 มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงถึง 7.9 แสนคน
2546	การท่องเที่ยวชะงักอีกครั้ง หลังเกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวเมื่อเดือนมกราคม 2546 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงกว่า 10% ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยว 7 แสนคน ในปี 2546
2547-2548	ปี 2547 การท่องเที่ยวกลับสู่ภาวะปกติ โดยมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในกัมพูชาเพิ่มขึ้นถึง 50% แต่ละระดับ 1 ล้านคนเป็นปีแรก และเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง 35% ในปี 2548 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยว 1.42 ล้านคน สร้างรายได้เข้าประเทศ 692 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
คาดการณ์ปี 2553	รัฐบาลตั้งเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3.12 ล้านคน สร้างรายได้เข้าประเทศกว่า 2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

จำนวนนักท่องเที่ยวในกัมพูชา

จังหวัด	2547		2548	
	จำนวนนักท่องเที่ยว(คน)	สัดส่วน (%)	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	สัดส่วน (%)
เสียมเรียบ	560,947	53.2	676,809	47.6
อื่น ๆ	494,255	46.8	744,806	52.4
รวม	1,055,202	100.0	1,421,615	100.0

ที่มา : Statistics & Tourism Information Department, Ministry of Tourism, Cambodia

- **ฤดูกาลท่องเที่ยวของกัมพูชา** อยู่ในราวเดือนพฤศจิกายนถึงมีนาคม โดยเฉพาะในเดือนธันวาคม เป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ส่วนในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกันยายน เป็นช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว ทั้งนี้ จากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2548 พบว่าในช่วงฤดูท่องเที่ยว มีจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 130,000 คน

โดยเฉพาะในเดือนธันวาคม ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 161,292 คน ส่วนในเดือนมิถุนายนซึ่งเป็นช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวจำนวน 87,228 คน

- **ความต้องการนำเข้าสินค้าอาหารของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**

จากการที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของกัมพูชาสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้กัมพูชามีความต้องการนำเข้าสินค้าอาหารเพิ่มสูงขึ้นตาม โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง เช่น เสียมเรียบ ซึ่งกว่าร้อยละ 90 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดนิยมเดินทางไปเยี่ยมชม จนกลายเป็นตลาดรองรับสินค้าอาหารและเครื่องดื่มนำเข้าขนาดใหญ่ที่สุดในกัมพูชา สินค้าอาหารนำเข้าส่วนใหญ่ซึ่งเป็นที่ต้องการของโรงแรมและร้านอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ อาหารแปรรูป เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่ราวร้อยละ 80 นำเข้าจากไทย เวียดนาม และสิงคโปร์ เป็นสำคัญ เนื่องจากมีราคาไม่สูงนัก และได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในกัมพูชา ทั้งนี้ มีการประมาณการโดยกระทรวงเกษตรของสหรัฐฯ (United States Department of Agriculture : USDA) ว่า ราวร้อยละ 75 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอาหารในกัมพูชากลับคืนไปยังไทยและเวียดนามเป็นหลัก เป็นที่สังเกตว่า อาหารและเครื่องดื่มจัดเป็นสินค้าสำคัญที่ทำรายได้ให้แก่โรงแรมในจังหวัดเสียมเรียบ คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 35 ของรายได้ของโรงแรมทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติในกัมพูชามีค่าใช้จ่ายด้านอาหารเฉลี่ย 30 ดอลลาร์สหรัฐฯ/มื้อ/คน

ตลาดสินค้าอาหารในกัมพูชา

- **ข้อมูลทั่วไปของตลาดสินค้าอาหาร**

แม้ว่าตลาดสดยังคงมีบทบาทสำคัญในการซื้อขายสินค้าเกษตรและสินค้าอาหารในกัมพูชาคิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 90 ของการซื้อขายสินค้าดังกล่าวทั้งหมด อย่างไรก็ตาม การซื้อขายสินค้าอาหารผ่านธุรกิจค้าปลีก อาทิ ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อ ก็มีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร และเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ

สำหรับอาหารประจำชาติของกัมพูชามีลักษณะใกล้เคียงกับอาหารไทยซึ่งมีข้าวเป็นอาหารหลัก นอกจากนี้ อาหารฝรั่งเศส เช่น ขนมปังบาร์เก็ต (Baguette) ยังคงมีอิทธิพลต่อวิถีการดำเนินชีวิตของชาวกัมพูชามาจนถึงปัจจุบัน ดังเห็นได้จากพฤติกรรมการบริโภคของชาวกัมพูชาที่นิยมรับประทานขนมปังดังกล่าวเป็นอาหารเช้าและของว่างระหว่างมื้ออาหาร

ทั้งนี้ ในบรรดาสินค้าอาหารทั้งหมด ข้าวถือเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญอันดับหนึ่งของกัมพูชา ซึ่งมีความสำคัญในแง่ของความมั่นคงด้านอาหารของชาติ กัมพูชามีพื้นที่เพาะปลูกข้าวมากถึงร้อยละ 90 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด โดยบริเวณที่มีการเพาะปลูกข้าวมาก ได้แก่ จังหวัดเสียมเรียบและจังหวัดพระตะบอง อย่างไรก็ตาม รัฐบาลกัมพูชาพยายามเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาคเกษตรกรรมของประเทศจากการพึ่งพาข้าวเป็นหลัก ไปสู่พืชเศรษฐกิจชนิดอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายขึ้น โดยอาศัยเงินช่วยเหลือจากธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank : ADB) เป็นสำคัญ

สำหรับสินค้าอาหารและเครื่องดื่มนำเข้าประเภทต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ **ไวน์** ซึ่งกัมพูชานำเข้าจากฝรั่งเศสเป็นส่วนใหญ่ โดยจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวตามโรงแรมและร้านอาหารระดับ 3-5 ดาว **เบียร์** ส่วนใหญ่นำเข้าจากไทย ขณะที่

เบียร์ท้องถิ่นของกัมพูชา เช่น Angkor Beer ก็ได้รับความนิยมไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน **ซีส** นำเข้าจากออสเตรเลีย ฝรั่งเศส และ นิวซีแลนด์ เป็นหลัก **ผักไฮโดรโปนิก** ซึ่งมีคุณภาพสูงและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ส่วนใหญ่กัมพูชานำเข้าจากไทย และเวียดนาม **เนื้อโค** มีแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ ออสเตรเลีย และ **เนื้อสุกร** มีแหล่งนำเข้าคือ ไทย

- **พฤติกรรมการบริโภคสินค้าอาหารของชาวกัมพูชา**

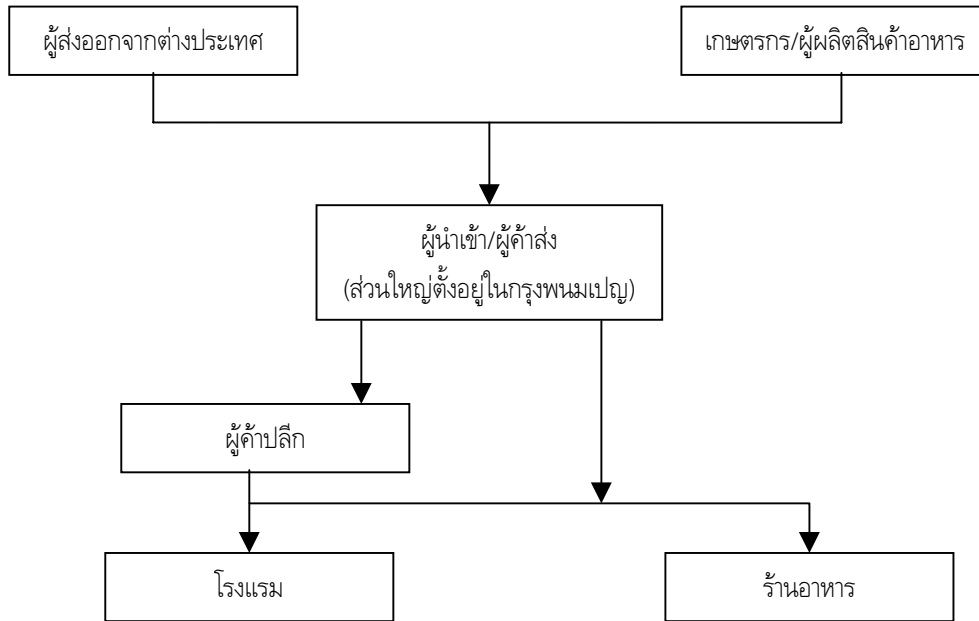
เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมการบริโภคจากรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าอาหารของชาวกัมพูชา พบว่า ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มของชาวกัมพูชาอยู่ที่ 105 ดอลลาร์สหรัฐ/คน/ปี เท่านั้น เนื่องจากรายได้ต่อหัวของชาวกัมพูชาอยู่ในระดับต่ำ แม้ว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (จาก 357 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2547 เป็น 380 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2548 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นราว 400 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2549) ทำให้ผู้บริโภคชาวกัมพูชามีความอ่อนไหวสูงต่อราคาสินค้า โดยในการเลือกซื้อสินค้า ชาวกัมพูชามักคำนึงถึงราคาสินค้าก่อนเป็นอันดับแรก ทำให้ตลาดสินค้าระดับบนซึ่งมีราคาสูงมีขนาดเล็ก ด้วยเหตุนี้ สินค้าอาหารนำเข้าราคาแพงจึงไม่เป็นที่นิยมของชาวกัมพูชาส่วนใหญ่ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตชนบทและมีรายได้ต่ำ (มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 85 ของจำนวนประชากรทั้งหมด) ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายหลักของสินค้านำเข้า คือ ผู้บริโภคชาวกัมพูชาที่มีรายได้ดีอยู่ในระดับสูง นักธุรกิจและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นสำคัญ

ระบบการกระจายสินค้าอาหารในกัมพูชา

การค้าขายและการกระจายสินค้าอาหารในกัมพูชาค่อนข้างซับซ้อน และสามารถทำได้หลายช่องทาง ทั้งนี้ ซูเปอร์มาร์เกต ร้านค้าปลีก และร้านสะดวกซื้อ มีบทบาทสำคัญในกระบวนการกระจายสินค้านำเข้าในกัมพูชา โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครและเสียมเรียบ ซึ่งมีการจำหน่ายสินค้านำเข้าหลากหลายประเภท โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ ไทย เวียดนาม และสิงคโปร์ เป็นต้น

สำหรับช่องทางการนำเข้าสินค้าอาหารเพื่อรองรับการบริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของกัมพูชาที่สำคัญ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้านำเข้าที่ใหญ่ที่สุดในกัมพูชา โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ อาทิ **ไทย** ส่วนใหญ่ขนส่งสินค้าทางบกโดยใช้เส้นทางผ่านด่านการค้าชายแดนจากอำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งเป็นจังหวัดชายแดนที่ติดกับจังหวัดปอยเปตของกัมพูชา **เวียดนาม** สามารถใช้เส้นทางบกหรือทางอากาศขนส่งสินค้าโดยตรงไปยังกรุงเทพมหานคร สำหรับสินค้านำเข้าจาก **สิงคโปร์และมาเลเซีย** ส่วนใหญ่ขนส่งทางเรือมายังท่าเรือสีหนุวิลล์ ซึ่งเป็นท่าเรือหลัก ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของกัมพูชา

ระบบการกระจายสินค้าอาหารในภาคการท่องเที่ยวของกัมพูชา



กฎระเบียบการนำเข้าสินค้าอาหารของกัมพูชา

- **ภาษี**

ก่อนนำสินค้าออกจากด่านศุลกากร ผู้นำเข้าสินค้าอาหารและสินค้าเกษตรต้องจ่ายภาษีศุลกากรและภาษีอากรที่สำคัญ ได้แก่

- **ภาษีนำเข้า (Customs Import Duties)** เรียกเก็บตามมูลค่าสินค้า (Ad Valorem Rate) โดยภาษีนำเข้าสินค้าเกษตรและสินค้าอาหารของกัมพูชามีอัตราร้อยละ 7 และร้อยละ 35 ดังนี้

ร้อยละ 7 สำหรับสินค้าประเภทวัตถุดิบและสินค้าขั้นต้น อาทิ ผัก ผลไม้สด น้ำมันพืช น้ำตาลทราย

ร้อยละ 35 สำหรับสินค้าอาหารสำเร็จรูป สินค้าฟุ่มเฟือย และสินค้าที่ได้รับการปกป้องภายในประเทศ อาทิ เนื้อโคแช่แข็ง ไวน์ ชีส และอาหารทะเลแช่แข็ง

- **ภาษีสรรพสามิต (Excise Tax)** เรียกเก็บเฉพาะสินค้าบางประเภทในอัตราร้อยละ 15 อาทิ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น ๆ เป็นต้น

- **ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax : VAT)** สินค้านำเข้าทุกประเภทต้องเสีย VAT ในอัตราร้อยละ 10

- **กฎระเบียบการนำเข้าต่าง ๆ**

ผู้นำเข้าสินค้าเกษตรและสินค้าอาหารไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตนำเข้า (Import Licenses) แต่ต้องยื่นเอกสารประกอบการขนส่งสินค้า อาทิ Truck Way Bill, Bill of Lading หรือ Airway Bill พร้อมทั้ง Invoice และ Packing List ให้แก่เจ้าหน้าที่ศุลกากรกัมพูชา และในกรณีที่ขนส่งสินค้าผ่านทางแม่น้ำโขงต้องยื่น Transit License ด้วย

ทั้งนี้ Cambodia Import Export Inspection and Fraud Repression Department (CAMCONTROL) สังกัดกระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลการนำเข้าและส่งออกสินค้าอาหาร ให้เป็นไปตามกฎระเบียบมาตรฐานสินค้าอาหาร ซึ่งกำหนดให้สินค้านำเข้าต้องปิดฉลากบรรจุภัณฑ์ที่แสดงรายละเอียดอย่างชัดเจน อาทิ ชื่อสินค้า ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ส่วนประกอบและปริมาณ ครั้งที่ผลิต วันที่ผลิต วันหมดอายุ และข้อแนะนำในการใช้สินค้า (ถ้ามี) เป็นต้น หากสินค้านำเข้าจากประเทศใดไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบดังกล่าว ผู้นำเข้าจะต้องรับผิดชอบ และต้องขออนุมัติจากเจ้าหน้าที่ศุลกากรกัมพูชาเพื่อนำสินค้าออกจากด่านศุลกากร ซึ่งมีขั้นตอนที่ซับซ้อนและใช้เวลานาน จึงอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่สินค้าได้

โอกาสของไทยในการบุกตลาดสินค้าอาหารในกัมพูชา

จากการที่กัมพูชามีข้อจำกัดด้านการผลิตอาหารตั้งแต่วัตถุดิบในระดับฟาร์มตลอดจนการแปรรูปเป็นสินค้าอาหาร ส่งผลให้ปัจจุบันการผลิตอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคในประเทศมีไม่เพียงพอ โดยเฉพาะตลาดระดับบนที่เน้นคุณภาพอาหารเป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้ กัมพูชาจึงจำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าอาหารจำนวนมากจากต่างประเทศ ทั้งเพื่อรองรับผู้บริโภคชาวกัมพูชาที่มีกำลังซื้อสูง ชาวต่างชาติที่อาศัยในกัมพูชา (ส่วนใหญ่ทำงานในองค์กรระหว่างประเทศ) และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในช่วงขาขึ้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้โรงแรมและร้านอาหารในกัมพูชานิยมใช้วัตถุดิบอาหารที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นและมีราคาถูก อาทิ เนื้อสุกร และเนื้อปลาสด เป็นต้น แต่ธุรกิจเหล่านั้นส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าอาหารจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยเฉพาะโรงแรมและร้านอาหารระดับบน นอกจากเหตุผลในด้านคุณภาพสินค้าแล้ว การนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าอาหารคุณภาพสูงจากต่างประเทศยังเป็นการสร้างจุดขายในธุรกิจบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ทั้งนี้ แม้ว่าปัจจุบันตลาดสินค้านำเข้าของกัมพูชายังมีขนาดเล็ก แต่มีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงเป็นโอกาสดีสำหรับผู้ส่งออกไทยในการส่งออกสินค้าอาหารและวัตถุดิบอาหารไปกัมพูชา โดยอาศัยจุดได้เปรียบในฐานะผู้ส่งออกสินค้าอาหารรายสำคัญของภูมิภาค ขณะเดียวกันไทยยังมีข้อได้เปรียบในด้านการขนส่งสินค้า ซึ่งสามารถทำได้อย่างรวดเร็วผ่านด่านชายแดนที่มีพรมแดนอยู่ติดกันเป็นแนวยาว โดยสินค้านำเข้าที่ไทยมีศักยภาพสูงในการผลิตและส่งออกไปกัมพูชา ได้แก่ ผัก ผลไม้สดกระป๋องและแปรรูป สินค้าปลอดศัตรู เครื่องเทศ สมุนไพร น้ำตาลทราย เครื่องดื่มโดยเฉพาะเบียร์ (กัมพูชาเป็นตลาดส่งออกเบียร์รายใหญ่ที่สุดของไทย) นมและผลิตภัณฑ์นม (กัมพูชาเป็นตลาดส่งออกรายใหญ่อันดับ 2 ของไทยรองจากฟิลิปปินส์) ผลิตภัณฑ์ข้าว (โดยเฉพาะขนมปังกรอบและขนมขบเคี้ยว) ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป (โดยเฉพาะบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป) สิ่งปรุงรสอาหาร (โดยเฉพาะผงปรุงรสซึ่งกัมพูชาเป็นตลาดส่งออกรายใหญ่ที่สุดของไทย)

ส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจ ฝ่ายวิชาการ

มิถุนายน 2549