ข้อมูลการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน ประเทศกัมพูชา (Cross-Border e-Commerce)

1) บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ประเทศกัมพูชามีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว มีอัตราการเติบโตของ GDP ในปี 2018 เท่ากับร้อยละ 7.5 และเติบโตเฉลี่ยอัตราร้อยละ 7 ต่อปี มาเป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปีติดต่อกัน ด้านประชากร กัมพูชามีประชากรจำนวน 16.3 ล้านคน มี GDP Per Capita เท่ากับ 1,477 USD/คน/ปี มีอายุมัธยฐาน 25.3 ปี โดยประชากรที่อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 55.6 และมีอัตราการรู้หนังสือร้อยละ 82.5

ความพร้อมเกี่ยวกับธุรกิจการค้าออนไลน์ จากผลสำรวจในปี 2018 พบว่า มีผู้สมัครใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน 12.5 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 76 ของประชากรทั้งประเทศ โดยร้อยละ 96.4 เป็นการใช้งานผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศกัมพูชา คือ Facebook โดยผลสำรวจในปี 2018 พบว่าการโฆษณาทาง Facebook สามารถเข้าถึงประชาชนกัมพูชาได้ประมาณ 8.3 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 50.9 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ และสูงถึงร้อยละ 69 ของจำนวนประชากรที่อายุ 13 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใช้ Facebook มีการคลิกเข้าชมโฆษณาสินค้าทาง Facebook เฉลี่ย 12 ครั้งต่อเดือน

อย่างไรก็ตามการซื้อสินค้าออนไลน์ในกัมพูชายังไม่ได้รับความนิยมมากนัก และยังไม่สามารถทำได้เต็มรูปแบบเนื่องจากข้อจำกัดทางด้านการชำระเงิน และการจัดส่งสินค้า จากสถิติในปี 2018 พบว่าประชาชนกัมพูชามากกว่าร้อยละ 60 ยังไม่มีบัญชี

ธนาคาร ขณะที่มีการออกบัตรเดบิตจำนวน 2.1 ล้านใบ บัตรเครดิต 102,151 ใบ และมีการเปิดใช้ E-Wallet ประมาณ 9 แสนบัญชี มีประชาชนประมาณ 6 แสนคนที่เคยซื้อของออนไลน์ โดยมีการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่าน Mobile Banking และ Internet Banking ทั้งปีรวมกันเพียง 15 ล้านครั้ง ด้านการจัดส่งสินค้าในกัมพูชาตามที่อยู่ในทะเบียนบ้าน ยังเป็นสิ่งที่ทำได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากกัมพูชาไม่มีการปรับปรุงรหัสไปรษณีย์ บ้านเลขที่และหมายเลขถนนไม่ได้เรียงกันเป็นระบบ ประกอบกับการก่อสร้างโครงการใหม่จำนวนมาก ทำให้ไม่สามารถปรับปรุงฐานข้อมูลที่อยู่ให้เป็นปัจจุบันได้ อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีระบุพิกัด GPS น่าจะสามารถช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้ในเร็วๆ นี้

โอกาสของสินค้าไทยยังเปิดกว้าง เนื่องจากสินค้าไทยเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากคนกัมพูชาอย่างมาก โดยสินค้าในกลุ่มที่มีศักยภาพสำหรับการค้าออนไลน์ในกัมพูชา ได้แก่ สินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง อาหารเสริม เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าไอที เทคโนโลยี เครื่องใช้ในบ้าน ที่กลุ่มเป้าหมายเป็นคนรุ่นใหม่ ทั้งวัยรุ่น และวัยทำงาน เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีความสามารถเข้าถึงและมีพฤติกรรมในการซื้อสินค้าออนไลน์

ด้านกฎหมายกัมพูชายังไม่มีการประกาศใช้กฎหมาย e-Commerce โดยปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์อยู่ระหว่างการจัดทำ ซึ่งคาดว่าเสร็จสิ้นและจะประกาศใช้ได้ภายในปลายปี 2019 หรือต้นปี 2020 ดังนั้นการทำการค้าออนไลน์ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน จึงอยู่ภายใต้กฎหมายพาณิชย์ การค้า และกฎหมายภาษีทั่วไป ซึ่งบางเรื่องยังไม่มีความชัดเจน

แม้กัมพูชายังอยู่ในระยะเริ่มต้นของธุรกิจการค้าออนไลน์ แต่รัฐบาลและผู้ประกอบการไทยควรให้ความสนใจ ศึกษาโอกาสความเป็นไปได้ และติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดได้ในรูปแบบที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงเวลา เนื่องจากไทยมีความได้เปรียบในเรื่องความนิยมสินค้าและที่ตั้งซึ่งอยู่ใกล้และมีพรมแดนติดกัน

2) ข้อมูลทั่วไป (Country Overview)

- **ข้อมูลขนาดเศรษฐกิจของประเทศ (GDP)**
  - Current GDP ในปี 2018 มูลค่าเท่ากับ 24.1 พันล้าน USD (World Bank)
  - GDP Growth ในปี 2018 อัตราร้อยละ 7.5 (World Bank)
- **ข้อมูลสถิติเชิงภูมิศาสตร์ประชากร (Age/Gender/Education/Etc.)**
  - จำนวนประชากร 16.3 ล้านคน (World Bank)
  - อายุมัธยฐานเท่ากับ 25.3 ปี (World Population Review)

- เพศชาย ร้อยละ 48.8 เพศหญิง ร้อยละ 51.2 (World Population Review)
- อายุคาดการณ์เฉลี่ย 69.0 ปี (World Bank)
- อัตราการรู้หนังสือ (Literacy Rate) ของประชากรที่อายุ 15 ปี ขึ้นไป เท่ากับ ร้อยละ 82.5 (ประมาณการปี 2017 จาก Cambodia Socio-Economic Survey 2017)
- ประชากรที่อายุมากกว่า 15 ปี ร้อยละ 55.6 จบการศึกษาระดับประถมศึกษาขึ้นไป (Cambodia Socio-Economic Survey 2017)

- **ข้อมูลระดับรายได้ต่อหัวของประชากร (GDP per Capita)**
  - รายได้ต่อหัวของประชากรในปี 2018 เท่ากับ 1,477 USD/คน/ปี (World Bank)
  - อัตราค่าแรงขั้นต่ำตามกฎหมายในปี 2019 เท่ากับ 182 USD/เดือน (บังคับใช้เฉพาะแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอ เสื้อผ้าและรองเท้า)

- **ข้อมูลผู้ใช้งาน (Population/Internet Users/Mobile User/Online Shoppers)**
  - มีผู้สมัครใช้งาน Internet จำนวน 12.5 ล้านบัญชี ในปี 2019 (Telecommunication Regulator Cambodia) โดยมากกว่าร้อยละ 96.4 เป็นการใช้งานผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่
  - มีการเปิดใช้งานเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 25.04 ล้านเลขหมาย ในปี 2019 โดยเป็นเลขหมายที่มีการใช้การอยู่จริงจำนวน 18.27 ล้านเลขหมาย (Telecommunication Regulator Cambodia)
  - Facebook เป็น Application ที่ได้รับความนิยมสูงสุด โดยมีผู้เปิดใช้บัญชี Facebook ในกัมพูชา จำนวน 8.3 ล้านบัญชี ในปี 2019
  - เพศชายร้อยละ 59 และเพศหญิงร้อยละ 41
  - ผู้ใช้งานร้อยละ 50 อายุต่ำกว่า 13-24 ปี ร้อยละ 37 อายุ 25-34 ปี ร้อยละ 10 อายุ 35-54 ปี และอีกร้อยละ 3 อายุ 55 ปีขึ้นไป

- **ข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมและดิจิทัลที่เกี่ยวข้อง (Digital Infrastructure)**
  - มีผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 7 ราย
  - มีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต VoIP จำนวน 18 ราย
  - มีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ISP จำนวน 38 ราย

3) ข้อมูลตลาดออนไลน์ (e-Commerce Market)

- **ภาพรวมและแนวโน้มการค้าออนไลน์ของประเทศ (e-Commerce Ecosystem Overview)**

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญกับประชาชนกัมพูชาจำนวนมากในการติดต่อสื่อสาร การเข้าถึง การรับส่งข้อมูลข่าวสาร และบริการต่าง ๆ ในกัมพูชามีภาพรวมการพัฒนา ดังนี้

- การเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ต กัมพูชามีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันในปี 2019 ประชาชนกัมพูชาสามารถเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตจำนวน 12.5 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76 ของประชากรทั้งประเทศ เพิ่มจากปี 2011 ซึ่งมีผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพียง 329,680 คน หรือร้อยละ 2 ของประชากรทั้งประเทศ
- ระบบชำระเงินในกัมพูชา ประชาชนส่วนใหญ่นิยมชำระสินค้าและบริการด้วยเงินสด โดยระบบธนาคารยังไม่ได้รับความนิยม จากรายงานของธนาคารชาติกัมพูชาประจำปี 2018 ระบุว่าประชาชนกัมพูชามากกว่าร้อยละ 60 ยังไม่มีบัญชีธนาคาร โดยประชาชนกัมพูชามีบัญชีเงินฝากอยู่ในธนาคารและสถาบันการเงินรวมกัน 6.3 ล้านบัญชี คิดเป็นร้อยละ 38.5 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศเท่านั้น ขณะที่มีการออกบัตรเดบิตจำนวน 2.1 ล้านใบ และบัตรเครดิต 102,151 ใบ มีการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่าน Mobile Banking จำนวนเพียง 14.07 ล้านครั้ง และผ่าน Internet Banking จำนวน 1.03 ล้านครั้ง
- การจัดส่งสินค้าไปยังที่พักอาศัยหรือบริษัทในกัมพูชาตามที่อยู่ในทะเบียนบ้าน ยังเป็นสิ่งที่ทำได้ค่อนข้างยาก แม้แต่ในกรุงพนมเปญ เนื่องจากกัมพูชาไม่มีการปรับปรุงรหัสไปรษณีย์ ขณะที่บ้านเลขที่และหมายเลขถนนไม่ได้เรียงกันเป็นระบบ มีบ้านเลขที่และเลขที่ถนนซ้ำกันหลายแห่ง ประกอบกับการก่อสร้างอาคาร และโครงการใหม่ๆ จำนวนมาก ทำให้ไม่สามารถปรับปรุงฐานข้อมูลที่อยู่ ให้เป็นปัจจุบันได้
- วิธีการเก็บเงินปลายทางที่ผู้รับเมื่อดำเนินการจัดส่งสินค้า (Cash on Delivery : COD) ยังเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยลูกค้าจะเลือกนัดรับสินค้าในบริเวณที่ตนสะดวกเท่านั้น

- **โอกาสของสินค้าไทย (Trend & Opportunity)**

สินค้าไทยเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้น ๆ ของคนกัมพูชา นิยมเนื่องจากคนกัมพูชามีการรับสื่อต่างๆ จากไทยเป็นจำนวนมาก ทั้งทางโทรทัศน์และทางอินเทอร์เน็ต ทั้งทางตรงและทางอ้อม

- สินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม
- สินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น เครื่องสำอาง
- สินค้าประเภทเครื่องครัว เครื่องใช้ในบ้าน

- **สถิติมูลค่าการซื้อขาย Online**

กัมพูชายังไม่มีการเก็บสถิติมูลค่าการซื้อขายออนไลน์อย่างละเอียด มีเพียงสถิติการทำธุรกรรมออนไลน์จากรายงานประจำปีของธนาคารแห่งชาติกัมพูชา ผ่าน Internet Banking และ Mobile Banking ในปี 2017 และ 2018 ดังนี้

รายการ	2017	2018	2018
จำนวนธุรกรรมผ่าน Internet Banking (ครั้ง)	512,467	1,032,674	101.51%
จำนวนธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (ครั้ง)	6,434,659	14,074,983	118.74%
รวมจำนวนธุรกรรม (ครั้ง)	6,947,126	15,107,657	117.47%
มูลค่าธุรกรรมผ่าน Internet Banking (ล้าน USD)	3,165	4,926	55.64%
มูลค่าธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (ล้าน USD)	1,353	6,756	399.33%
รวมมูลค่าธุรกรรม (ล้าน USD)	4,518	11,682	158.57%

ที่มา : NBC Annual Report 2017 และ 2018

- **ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ (Online Consumer Behaviors)**
  - จากรายงาน Digital 2019 Cambodia ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับ e-Commerce พบว่ามีประชาชนกัมพูชาเพียงร้อยละ 3.8 ที่เคยซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ โดยเมื่อแบ่งตามเพศแล้ว ผู้หญิงมีสัดส่วนในการซื้อสินค้าออนไลน์ร้อยละ 4.3 สูงกว่าผู้ชายที่มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 3.2
  - สำหรับประชาชนที่มีเครื่องมือทางการเงินเพื่อการซื้อสินค้าออนไลน์ ประกอบด้วยประชาชนที่มีบัตรเครดิต มีจำนวนร้อยละ 0.6 ของประชากรทั้งประเทศหรือประมาณ 1 แสนคน ขณะที่ประชาชนที่มีบัญชี E-Wallet ทางโทรศัพท์มีจำนวนร้อยละ 5.7 หรือประมาณ 9 แสนคน

- **5 อันดับแพลตฟอร์ม/Social Media/ช่องทางที่นิยมใช้ซื้อขายสินค้าออนไลน์พร้อมสัดส่วน (Top 5 E-Marketplace & Market Share) (ในประเทศ vs. Cross-Border)**
  - Facebook เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศกัมพูชา Facebook สามารถเข้าถึงประชาชนกัมพูชาได้ 8.3 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 50.9 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ
  - Instagram สามารถเข้าถึงประชาชนกัมพูชาได้ 690,000 คน
  - Twitter สามารถเข้าถึงประชาชนกัมพูชาได้ 200,000 คน

  นอกจากการสั่งซื้อสินค้าจากหน้า Facebook และแพลตฟอร์มซื้อของออนไลน์อื่นๆ แล้ว ปัจจุบันยังมีบริการอีก 2-3 ประเภท ที่เริ่มได้รับความนิยมในประเทศกัมพูชา อาทิ การสั่งอาหารออนไลน์ การจองตั๋วออนไลน์ และการเรียกรถรับส่งออนไลน์ สำหรับ Application ที่ได้รับความนิยม ได้แก่

  1. App สั่งอาหาร เช่น Nham24, Meal Temple, Instafood, E-Get S, Cambo Market
  2. App จองตั๋วออนไลน์ เช่น Bookmebus, Camboticket, Bookmefly, Major Cineplex
  3. App รถรับส่ง เช่น Grab, Pass App, City GO

- **5 อันดับสินค้าที่นิยมซื้อออนไลน์ (Top 5-Popular Products) สินค้าในประเทศ vs. สินค้าจากต่างประเทศ**

  สินค้าที่คนกัมพูชานิยมซื้อออนไลน์ ได้แก่ อาหารเสริม เครื่องสำอาง อุปกรณ์เครื่องครัว เครื่องใช้ในบ้าน เสื้อผ้าแฟชั่น โดยสินค้าที่ซื้อออนไลน์ในประเทศและต่างประเทศนั้นแทบไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากสินค้าที่ขายออนไลน์ในประเทศส่วนมากเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศแทบทั้งหมด

- **กลยุทธ์การทำประชาสัมพันธ์/โปรโมทสินค้าที่นิยม 5 อันดับแรก (Marketing & Promotion Activities)**
  - Instant Win เปิดปุ๊บ รับปั๊บ
  - ของแถมและการลดราคา
  - สะสมคะแนนแลกรับของรางวัล
  - จับฉลากชิงโชค
  - จัดกิจกรรมการแสดง คอนเสิร์ต หรืองานเปิดตัวสินค้า

- **5 อันดับ ช่องทางการชำระเงินออนไลน์ (E-Payment) (เรียงตามความนิยม)**

สำหรับผู้ให้บริการ E-Wallet ในปัจจุบันมีจำนวน 11 ราย โดยรายที่ได้รับความนิยม และมีผู้ใช้งานที่ลงทะเบียนมากที่สุด ได้แก่

- Wing จำนวน 659,751 บัญชี
- PiPay จำนวน 250,000 บัญชี
- Smart Axiata จำนวน 235,481 บัญชี
- E-Money จำนวน 36,666 บัญชี
- True Money จำนวน 28,798 บัญชี
- PayGo SEA จำนวน 19,917 บัญชี
- Ly Hour Pay จำนวน 10,953 บัญชี

- **5 อันดับช่องทางการขนส่งสินค้า (E-Logistics)(เรียงตามความนิยม)**

กัมพูชายังมีข้อจำกัดในการจัดส่งสินค้าไปตามที่อยู่ตามทะเบียนบ้าน เนื่องจากฐานข้อมูลตามทะเบียนบ้านยังไม่เป็นปัจจุบัน บ้านเลขที่และถนนไม่ได้เรียงกันเป็นระบบ การจัดส่งสินค้าผ่านผู้ให้บริการรับขนส่ง ส่วนมากเป็นจึงการจัดส่งเอกสารหรือจดหมายไปตามสถานที่ที่สำคัญที่เป็นที่รู้จัก ยังไม่นิยมใช้เพื่อการจัดส่งสินค้าไปยังที่อยู่ตามทะเบียนบ้านของลูกค้า

ผู้บริการรับขนส่งสินค้าภายประเทศ ในกัมพูชา ที่ได้รับความนิยมมีดังนี้ ไปรษณีย์กัมพูชา (EMS), Kerry Express, KH Express และ Joonaak ขณะที่ผู้รับขนส่งจากต่างประเทศ ได้แก่ DHL และ FedEX เป็นต้น

- **ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าแบบ Cross-Border E-Commerce**

การนำเข้าสินค้าที่สั่งจากร้านค้าออนไลน์ จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การนำเข้าทางบกโดยรถผ่านด่านบริเวณชายแดน
2. การนำเข้าทางอากาศโดยเครื่องบิน

- **ข้อสังเกต/ข้อควรระวังในการทำการค้าออนไลน์ (Things to Knows)**

- กฎหมาย e-Commerce ยังไม่ประกาศใช้ จึงยังไม่มีความชัดเจนเกี่ยวกับการปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมาย ทำให้ไม่สามารถคำนวณต้นทุนการดำเนินการได้อย่างชัดเจน ค่าธรรมเนียมบางอย่างอาจเรียกเก็บตามดุลพินิจของเจ้าหน้าที่
- ระบบการขนส่งในกัมพูชายังไม่มีมาตรฐาน เนื่องจากที่อยู่ไม่ชัดเจน ซ้ำซ้อน ประกอบกับผู้ซื้อยังไม่นิยมจ่ายเงินล่วงหน้าก่อนที่จะได้รับสินค้า ก่อให้เกิดความเสี่ยง อาทิ สินค้าสูญหายระหว่างทาง ผู้จัดส่งสินค้าไม่สามารถหาที่อยู่ผู้รับได้ การจัดส่งสินค้าล่าช้าทำให้ผู้ซื้อเปลี่ยนใจ ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจอย่างมาก

4) ข้อมูลประกอบ

- **กฎหมาย กฎระเบียบและภาษีการประกอบธุรกิจออนไลน์ (Legal Framework, Regulations, Tax)**

- กัมพูชายังไม่มีการประกาศใช้กฎหมาย e-Commerce โดยปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์อยู่ระหว่างการจัดทำซึ่งคาดว่าเสร็จสิ้นและจะประกาศใช้ได้ภายในปลายปี 2019 หรือต้นปี 2020 ดังนั้นการทำการค้าออนไลน์กัมพูชาที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน จึงอยู่ภายใต้กฎหมายพาณิชย์ การค้า และกฎหมายภาษีทั่วไป เช่นเดียวกันกับธุรกิจอื่นๆ ทั่วไป โดยจะเริ่มจากการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลกับกระทรวงพาณิชย์ จากนั้นจดทะเบียนเสียภาษีกับกรมภาษี และชำระภาษีนำเข้าสำหรับสินค้าที่มีมูลค่าเกินกว่าที่ได้รับการยกเว้น ทั้งนี้สำหรับการขายสินค้าบางประเภทที่มีการควบคุม จะต้องขออนุญาตจากกระทรวงหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เช่น

1. ปัจจัยการเกษตร เมล็ดพันธ์พืช ปุ๋ยอินทรีย์ ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง อาหารสัตว์ ยาสัตว์ รวมถึงอาหารสัตว์เลี้ยง ผู้นำเข้าต้องขอรับใบอนุญาตประกอบธุรกิจ ใบอนุญาตนำเข้าสินค้าจากกระทรวงเกษตร ประมงและป่าไม้ และสินค้าแต่ละชนิดที่นำเข้าต้องผ่านการขึ้นทะเบียนและได้รับการตรวจสอบจากกระทรวงเกษตรฯ ด้วย

2. เครื่องสำอาง และยารักษาโรค อาหารเสริม และอาหารบางชนิด ผู้นำเข้าต้องขอรับใบอนุญาตประกอบธุรกิจ ใบอนุญาตนำเข้าสินค้าจากกระทรวงสาธารณสุข และสินค้าแต่ละชนิดต้องผ่านการขึ้นทะเบียนและได้รับการตรวจสอบจากกระทรวงสาธารณสุขเช่นเดียวกัน

3. สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรม ผู้นำเข้าต้องได้รับในอนุญาตนำเข้าจากกระทรวงอุตสาหกรรม

- ภาษี กัมพูชายังไม่มีการกำหนดภาษีเป็นการเฉพาะสำหรับธุรกิจการค้าออนไลน์ โดยให้อยู่ภายใต้กฎหมายและระเบียบทางภาษีเหมือนธุรกิจทั่วไป

ประเภทภาษี	รายละเอียด/อัตรา
ภาษีกำไร นิติบุคคล (Tax on Profit)	- ร้อยละ 20 สำหรับธุรกิจทั่วไป
ภาษีกำไรล่วงหน้า (Pre-Payment Tax)	- คำนวณจากรายรับรวมของธุรกิจรวมกับภาษีทุกประเภท ยกเว้น VAT อัตราร้อยละ 1 สำหรับธุรกิจทุกประเภท
ภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Taxes: WHT)	- ร้อยละ 15 สำหรับค่าบริการ การบริหารจัดการ การให้คำปรึกษา ค่าสิทธิ รวมถึงดอกเบี้ย ที่จ่ายให้บุคคลธรรมดา (ไม่รวมดอกเบี้ยที่จ่ายโดยธนาคารหรือสถาบันการเงิน) - ร้อยละ 14 สำหรับการชำระค่าบริการหรือค่าใช้จ่าย แก่บุคคลและนิติบุคคลที่มิได้มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศ
ภาษีเงินเดือน (Salary Tax)	- คำนวณจากเงินเดือน โดยใช้อัตราก้าวหน้า ร้อยละ 0-20 ร้อยละ 0 , 0 – 1.2 ล้านเรียล (0 – 300 USD) ร้อยละ 5, > 1.2 ล้านเรียล -2 ล้านเรียล (300.1 – 500 USD) ร้อยละ 10, > 2 ล้านเรียล – 8.5 ล้านเรียล (500.1 – 2,125 USD) ร้อยละ 15, > 8.5 ล้านเรียล –12.5 ล้านเรียล (2,125.1 – 3,125 USD) ร้อยละ 20, มากกว่า 12.5 ล้านเรียล (มากกว่า 3,125 USD) ร้อยละ 20, เงินพิเศษ (fringe benefit)
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)	- ภาษีที่ผู้จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการ ต้องเก็บจากลูกค้าในอัตรา ร้อยละ 10 สำหรับการจำหน่ายหรือให้บริการในประเทศ และร้อยละ 0 สำหรับการส่งออก
ภาษีเฉพาะสำหรับสินค้าและบริการบางชนิด (Specific Tax on Certain Merchandises and Services: STCMS)	- ภาษีที่จัดเก็บสำหรับ สินค้าและบริการบางชนิด ทั้งในประเทศ และที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยจะคำนวณก่อนภาษีมูลค่าเพิ่ม - รถยนต์ ร้อยละ 65, ไวน์ ร้อยละ 35, อะไหล่รถยนต์ เบียร์ ร้อยละ 30, รถมอเตอร์ไซค์ น้ำมันปิโตรเลียม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บุหรี่ ร้อยละ 20, อะไหล่รถมอเตอร์ไซค์ น้ำอัดลม การให้บริการทางด้านบันเทิง การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ ร้อยละ 10, การให้บริการโทรศัพท์ ร้อยละ 3
ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และบุหรี่ (Tax on Public Lighting: PLT)	- จัดเก็บจากผู้ที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และบุหรี่ทุกประเภท โดยจะทำการคำนวณก่อนภาษีเฉพาะ (STCMS) และภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) - อัตรา ร้อยละ 3
ภาษีประกอบการธุรกิจเฉพาะ (Patent Tax) (ต้องต่ออายุทุกปี)	- ภาษีประจำปีที่ธุรกิจต้องชำระภายในเดือนมีนาคมของทุกปี ตามประเภทของธุรกิจและตามขอบเขตจังหวัดที่ธุรกิจตั้งอยู่ - อัตรา 4 แสนเรียล (100 USD) ถึง 5 ล้าน เรียลต่อปี (1,250 USD) ขึ้นอยู่กับประเภทธุรกิจและรายรับต่อปี
ภาษีนำเข้า	- ร้อยละ 0 – สินค้าที่ได้รับการยกเว้น เช่น ยารักษาโรค อุปกรณ์การศึกษา ปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตร สินค้าที่ได้สิทธิ์นำเข้าภายใต้โครงการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน - ร้อยละ 7 – สินค้าขั้นต้นหรือวัตถุดิบ - ร้อยละ 15 – สินค้าที่จัดเป็นทุน, เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต, วัตถุดิบที่มีในประเทศ - ร้อยละ 35 – สินค้าสำเร็จรูป, เครื่องดื่มแอลกอฮอล์, ยานพาหนะ,อัญมณีและหินมีค่า - สามารถค้นหา และเปรียบเทียบอัตราภาษีในการนำเข้าสินค้าของประเทศกัมพูชา (ทั้งอัตราแบบทั่วไป MFN และอัตราพิเศษ AFTA) ตามพิกัดของสินค้าได้ที่ www.customs.gov.kh

- **หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและข้อมูลการติดต่อ (Relevant Government Agency and Contact Information)**
  - กระทรวงพาณิชย์ กรมภาษี
  - กระทรวงเศรษฐกิจและการคลัง กรมศุลกากร

- **นโยบายของภาครัฐบาลในการสนับสนุนการค้าออนไลน์ (Government Policy and Support)**

สมเด็จฯ ฮุน เซน นายกรัฐมนตรีกัมพูชา ได้ประกาศ มาตรการปฏิรูปนโยบายทางเศรษฐกิจของกัมพูชา เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2562 โดยมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจการค้าออนไลน์ ดังนี้

- กำหนดให้ธุรกิจและกิจการด้านนวัตกรรมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีเงื่อนไขตามที่กำหนด เป็น 1 ใน 8 ธุรกิจ SMEs ที่มีสิทธิ์ได้รับมาตราการทางภาษีเพื่อส่งเสริมการลงทุน เช่น ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีกำไรล่วงหน้า เป็นเวลา 3-5 ปี รวมถึงการหักลดหย่อนค่าใช้จ่ายจาก 150% เป็น 200% และยกเว้นภาษีศุลกากรสำหรับการนำเข้าเครื่องมือในการผลิตวัสดุก่อสร้าง ปัจจัยการผลิต
- จัดตั้งกองทุนผู้ประกอบการ ที่มีงบประมาณ 5 ล้าน USD ต่อปี พร้อมด้วยศูนย์ฝึกอบรมธุรกิจใหม่ เพื่อให้การสนับสนุนด้านการเงิน ความรู้ทางเทคนิค การตลาด การผลิต การฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในระยะเริ่มต้น
- มอบหมายกระทรวงพาณิชย์ เสนอร่างกฎหมาย e-Commerce ให้คณะรัฐมนตรีพิจารณาภายในครึ่งปีแรกของปี 2019 เพื่อให้ประกาศใช้ทันในช่วงปลายปี 2019 หรือต้นปี 2020

5) ความเห็นของสำนักงาน

- **สินค้าที่มีศักยภาพหรือตัวอย่างกรณีศึกษาสินค้าไทย (Potential Products and/or Success Cases)**

สินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดกัมพูชา ได้แก่ สินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง อาหารเสริม เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าไอที เทคโนโลยี เครื่องใช้ในบ้าน ที่กลุ่มเป้าหมายเป็นคนรุ่นใหม่ ทั้งวัยรุ่น และวัยทำงาน เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีความสามารถเข้าถึงและมีพฤติกรรมในการซื้อสินค้าออนไลน์

- **การเตรียมตัวของผู้ประกอบการไทย (Preparation)**
  - เตรียมสื่อโฆษณาทางออนไลน์ให้มีความหลากหลาย ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว
  - เตรียมความพร้อมด้านภาษา ทั้งภาษากัมพูชา และภาษาอังกฤษ เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าชาวกัมพูชา
  - ติดตามข่าวสารประเทศกัมพูชา หรือเดินทางมาเยี่ยมชมศึกษาตลาด เพื่อให้รับรู้ เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มรสนิยมที่เปลี่ยนไปตามช่วงเวลา และสามารถจัดหาสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองได้
  - ศึกษาขั้นตอนและต้นทุนในการส่งสินค้ามายังประเทศกัมพูชา เพื่อให้สามารถตั้งราคาสินค้าได้อย่างเหมาะสม

- **กลยุทธ์แนะนำสำหรับภาครัฐในการสนับสนุนผู้ประกอบการไทยเจาะตลาดออนไลน์ (Strategy recommendation for Government)**
  - สร้างการรับรู้เกี่ยวกับโอกาสทางการค้าออนไลน์ในต่างประเทศ รวมถึงประเทศกัมพูชา ผ่านการสัมมนา การประชุม หรือการจัดกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ
  - จัดอบรมให้ความรู้และฝึกอบรมทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำการค้าออนไลน์กับต่างประเทศ
  - สร้างกิจกรรมเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการค้าออนไลน์ อาทิ เจ้าของสินค้า เจ้าของแพลตฟอร์มออนไลน์ ผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ ที่ปรึกษาด้านการตลาดดิจิทัล