TAFTAC
Textile, Apparel, Footwear & Travel Goods Association in Cambodia

EUROCHAM CAMBODIA

GARMENT& MANUFACTURING COMMITTEE

របាយការណ៍សង្ខេបអំពីវិស័យកាត់ដេរ សម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរកម្ពុជា (GFT)

RESPONSIBLE BUSINESS HUB CAMBODIA
RBH NETWORK

ព្រឹត្តិបត្រព័ត៌មាន៖ លេខ៣
ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៤

សេចក្តីបដិសេធ

របាយការណ៍សង្ខេបនៃវិស័យនេះត្រូវបានរៀបចំដោយសមាគមវាយនភណ្ឌ សម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរនៅកម្ពុជា(TAFTAC) និងសភាពាណិជ្ជកម្មអឺរ៉ុបប្រចាំនៅកម្ពុជា(EUROCHAM) តាមរយៈការផ្តល់មូលនិធិពីមជ្ឈមណ្ឌលធុរកិច្ចប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ(RBH)។ ការងារនេះត្រូវបានអនុវត្តដោយក្រុមការងារមកពី International Economics Consulting Ltd. ដែលដឹកនាំដោយលោក Paul Baker (ប្រធានក្រុម) និងលោក Neetish Hurry (អ្នកជំនាញវិភាគទិន្នន័យ) ដោយមានការគាំទ្រផ្នែកស្រាវជ្រាវ និងវិភាគពីលោកស្រី Loan Le លោក David Jolicoeur និងលោក Ria Roy។

យើងសូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះការរួមចំណែក និងការផ្តល់យោបល់ដ៏មានតម្លៃរបស់លោក Massimiliano Tropeano ដែលជាអ្នកជំនាញមកពីសភាពាណិជ្ជកម្មអឺរ៉ុបប្រចាំនៅកម្ពុជា លោក Tom Hesket អ្នកជំនាញមកពីGIZប្រចាំនៅTAFTAC និងក្រុមការងាររបស់TAFTAC។

យើងក៏សូមថ្លែងអំណរគុណផងដែរចំពោះអង្គការ ILO Bangkok ដែលបានអនុញ្ញាតចំពោះការបោះពុម្ពការងាររបស់ពួកគេអំពីប្រាក់ឈ្នួល។ ជំពូកដែលពាក់ព័ន្ធត្រូវបាននិពន្ធដោយលោក Xavier Estupiñan អ្នកឯកទេសប្រាក់ឈ្នួលនៃក្រុម គាំទ្របច្ចេកទេសនៃកម្មវិធីការងារសមរម្យប្រចាំតំបន់អាស៊ី។

ទស្សនៈ និងអនុសាសន៍ដែលបង្ហាញក្នុងរបាយការណ៍សង្ខេបនេះឆ្លុះបញ្ចាំងពីទស្សនៈរបស់អ្នកនិពន្ធ។ វាសំខាន់ដែលត្រូវកត់សម្គាល់ថា ទស្សនៈនិងអនុសាសន៍ទាំងនេះមិនបញ្ជាក់ពីការយល់ព្រមដោយ ឬបង្ហាញអំពីមតិយោបល់ ឬ ទស្សនៈរបស់អង្គការដែលរួមចំណែកផ្សេងទៀតចំពោះរបាយការសង្ខេបនេះ។ ការដាក់បញ្ចូលទស្សនៈ និងអនុសាសន៍ទាំងនេះ គឺដើម្បីការយល់ដឹង និងទស្សនវិស័យឧស្សាហកម្ម ដោយរួមចំណែកនូវបរិបទដើម្បីធ្វើឱ្យការបង្ហាញស្ថិតិមាន លក្ខណៈអព្យាក្រឹត្យ។ អ្នកនិពន្ធសូមស្វាគមន៍យ៉ាងកក់ក្តៅ និងអញ្ជើញភាគីពាក់ព័ន្ធចូលរួមក្នុងកិច្ចសន្ទនាដែលមាន លក្ខណៈស្ថាបនាលើអនុសាសន៍ទាំងឡាយដែលបានលើកឡើង។

មាតិកា

សេចក្តីសង្ខេប ០៥

១. សេចក្តីផ្តើម ០៦

២. និន្នាការសកលនៅក្នុងវិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរ ០៨

ពាណិជ្ជកម្មទាំងមូលរបស់កម្ពុជានៅក្នុងវិស័យ GFT ០៨
ការប្រើប្រាស់សកល ០៨
ផលិតកម្មសកល ០៩
ពាណិជ្ជកម្មGFTសកល ១២

៣. ទីផ្សារនាំចេញសំខាន់ៗរបស់កម្ពុជា ១៣

ផលិតកម្មនិងការប្រើប្រាស់សកល ១៣
ទីផ្សារនាំចេញ GFT សំខាន់ៗ ១៤
សហភាពអឺរ៉ុប ១៧
សហរដ្ឋអាម៉េរិក ១៨
អង់គ្លេស ២០
ជប៉ុន ២១
កាណាដា ២២
ចិន ២៣
អាស៊ាន ២៤

៤. ទស្សនវិស័យ ២៥

ទស្សនវិស័យសេដ្ឋកិច្ច ២៥
ប្រាក់ឈ្នួល ២៦
ពីវិបត្តិរហូតដល់ការងើបឡើងវិញ៖ របៀបដែលប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់អាស៊ានកំពុងវិវត្ត ២៨
ការវិនិយោគ ៣៤
ផលិតភាព ៣៤

៥. ការចាកចេញពី LDC : ផលប៉ះពាល់ដែលអាចកើតមាន និងការឆ្លើយតប ៣៧

លទ្ធភាពរបស់កម្ពុជាក្នុងការទទួលបានការអនុគ្រោះផ្នែកពាណិជ្ជកម្ម ៣៧
ការចាកចេញ LDC នាំឱ្យទៅជាយ៉ាងណា ៣៨
ផលប៉ះពាល់នៃការចាកចេញពី LDC មកលើវិស័យ GFT ៣៨
ឱកាសសម្រាប់ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង ៣៩

៦. អនុសាសន៍ ៤១

សេចក្ដីសង្ខេប

វិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរ (GFT) សកលត្រូវបានរំពឹងថានឹងបន្តកើនឡើងក្នុងល្បឿនមួយល្អ ជាមួយនឹងកំណើនប្រចាំឆ្នាំ 2.8% ចន្លោះឆ្នាំ 2024 ដល់ឆ្នាំ 2028។ ផ្នែកធំបំផុតនៅក្នុងឧស្សាហកម្មនេះគឺសម្លៀកបំពាក់ស្ត្រី ដែលមានទំហំ 940 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិកដែលត្រូវបានព្យាករសម្រាប់ឆ្នាំ2024។

ទីផ្សារស្បែកជើងពិភពលោកត្រូវបានព្យាករថានឹងបង្កើតប្រាក់ចំណូលចំនួន 412.9 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិកក្នុងឆ្នាំ 2024 ជាមួយនឹងកំណើនប្រចាំឆ្នាំ 3.4% ចន្លោះឆ្នាំ 2024-2028។ សម្លៀកបំពាក់ "មិនប្រណិត" គ្រប់គ្រងទីផ្សារក្នុងកម្រិត95% នៃប្រាក់ចំណូលសរុប ខណៈស្បែកជើង"មិនប្រណិត"គ្រប់គ្រងទីផ្សារក្នុងកម្រិត93%នៃប្រាក់ចំណូលសរុប។

ទោះបីជាមានការព្យាករកំណើនវិជ្ជមានក៏ដោយ ភាពមិនប្រាកដប្រជាដែលកើតចេញពីការព្រួយបារម្ភអំពីអាកាសធាតុ ជម្លោះភូមិសាស្ត្រនយោបាយ ការចុះខ្សោយនៃស្ថានភាពម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច និងការកើនឡើងអត្រាការប្រាក់ ដែលប៉ះពាល់ដល់ប្រាក់ចំណូលសម្រាប់ចាយនិងទំនុកចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ អាចប៉ះពាល់ដល់ការប្រើប្រាស់នៅក្នុងទីផ្សារសំខាន់ៗ។ ភាពមិនប្រាកដប្រជាផ្នែកនយោបាយ និងភាពតានតឹងភូមិសាស្ត្រនយោបាយបានជះឥទ្ធិពលដល់យុទ្ធសាស្ត្រស្វែងរកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ផលិតកម្មសកលដែលនាំឱ្យមានភាពមិនច្បាស់លាស់សម្រាប់ការរៀបចំផែនការផលិតកម្ម។

ម៉ូដដែលមានការផ្លាស់ប្តូរលឿន កម្មន្តសាលវៃឆ្លាត ការតម្រូវផ្នែកចីរភាពកើនឡើង និងការទិញឥវ៉ាន់តាមអនឡាញគឺជានិន្នាការគួរឱ្យកត់សម្គាល់ផ្សេងទៀតដែលប៉ះពាល់ដល់ផលិតកម្ម និងការប្រើប្រាស់នៅក្នុងវិស័យGFTដែលតម្រូវឱ្យក្រុមហ៊ុនផលិតនៅកម្ពុជាត្រូវតាមឱ្យជាប់អំពីនិន្នាការទាំងនោះ។

ការនាំចេញ GFT ទូទាំងពិភពលោកក្នុងឆ្នាំ 2023 មានតម្លៃសរុបចំនួន 828 ពាន់លានដុល្លារ។

- ប្រទេសចិនគឺជាអ្នកនាំចេញកំពូល ដែលមានចំនួន 34% នៃការនាំចេញ GFT ពិភពលោក (ឬជិត 303 ពាន់លានដុល្លារ) បន្ទាប់មកគឺវៀតណាម (7.2% ឬ 63.9 ពាន់លានដុល្លារ)។
- កម្ពុជាជាប់ចំណាត់ថ្នាក់ទី 14 ក្នុងការនាំចេញ GFT សកល និងទី 3 ក្នុងតំបន់អាស៊ានក្នុងឆ្នាំ 2022 ដែលបង្កើតប្រាក់ចំណូលបាន 12.7 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិកក្នុងការនាំចេញ GFT និងស្មើនឹង 1.4% នៃទីផ្សារ GFT សរុប។

ឧស្សាហកម្ម GFT នៅតែជាវិស័យសំខាន់ ដែលរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ដល់សមិទ្ធផលសេដ្ឋកិច្ចរបស់កម្ពុជា។

- ចំនួនក្រុមហ៊ុន GFT សរុបបានកើនឡើងពី 1,192 ក្នុងឆ្នាំ 2020 ដល់ 1,579 ក្រុមហ៊ុនក្នុងឆ្នាំ 2023។
- ក្នុងឆ្នាំ 2024 ឧស្សាហកម្មនេះបានបង្កើតការងារដោយផ្ទាល់សម្រាប់កម្មករជាង 925,000 នាក់ និងផ្ដល់ផលប្រយោជន៍ដោយប្រយោលដល់ប្រជាជនពី 2.5 ទៅ 3 លាននាក់។
- កម្មករនិយោជិតជាស្ត្រីមានចំនួន 75.5% នៃកម្មករនិយោជិតទាំងអស់នៅក្នុងវិស័យនេះ។

នៅឆ្នាំ 2023 កម្ពុជាបាននាំចេញផលិតផល GFT សរុបចំនួន 11 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិក ធ្លាក់ចុះជាង 13% បើធៀបនឹងឆ្នាំ 2022។ សហរដ្ឋអាម៉េរិក សហភាពអឺរ៉ុប ជប៉ុន កាណាដា ចក្រភពអង់គ្លេស ចិន និងអាស៊ានគឺជាទីផ្សារនាំចេញកំពូលនៃផលិតផល GFT របស់កម្ពុជា។

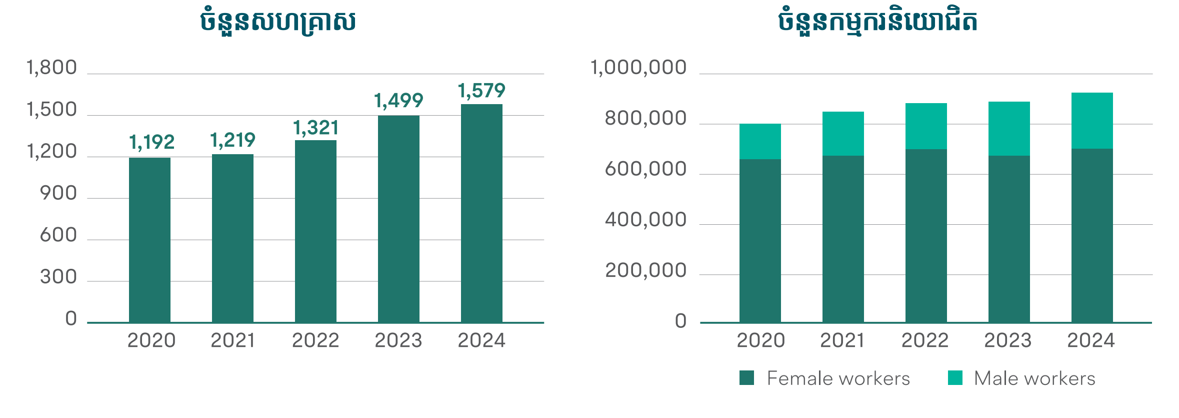
- នៅឆ្នាំ 2023 ទីផ្សារអាម៉េរិកមានចំនួនជាង 4.2 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិក ឬ 38.6% នៃប្រាក់ចំណូលនាំចេញ GFT សរុបរបស់កម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ 2023 ។
- សហភាពអឺរ៉ុបគឺជាអ្នកនាំចូលដ៏សំខាន់បំផុតទីពីរនៃ GFT របស់កម្ពុជា ដែលមានចំនួនជិត 3 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិក (ឬ 27%) នៃប្រាក់ចំណូលនាំចេញ GFT ឆ្នាំ 2023 ។
- ទីផ្សារនាំចេញកំពូលផ្សេងទៀតនៃ GFT របស់កម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ 2023 គឺប្រទេសជប៉ុន (918 លានដុល្លារ) កាណាដា (773 លានដុល្លារ) ចក្រភពអង់គ្លេស (716 លានដុល្លារ) ចិន (274 លានដុល្លារ) និងអាស៊ាន (194 លានដុល្លារ)។

១. សេចក្តីផ្តើម

ឧស្សាហកម្មកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរ (GFT) បានចូលរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ចំពោះសមិទ្ធផលសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសកម្ពុជាក្នុងរយៈពេលពីរទសវត្សរ៍កន្លងមកនេះ។ ស្ថិរភាពនយោបាយ ថ្លៃដើមផលិតកម្មនិងប្រាក់ឈ្នួលប្រកួតប្រជែង ការទទួលបានការអនុគ្រោះពាណិជ្ជកម្ម និងបរិយាកាសវិនិយោគអំណោយផលគឺជាគុណសម្បត្តិប្រៀបធៀបរបស់វិស័យនេះ ដែលធ្វើឱ្យឧស្សាហកម្មនេះរីកចម្រើន និងក្លាយជាសសរស្តម្ភនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ច។ យោងតាមយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍វិស័យ GFT របស់កម្ពុជា 2022-2027 ផលិតផលសម្លៀកបំពាក់នៅតែរក្សាបានជាង 70% នៃចំណែកនៃការនាំចេញរបស់ឧស្សាហកម្មចាប់តាំងពីឆ្នាំ2009 ខណៈដែលកម្ពុជាក៏បានធ្វើពិពិធកម្មការនាំចេញផលិតផលផ្សេងទៀតដូចជាកង់ គ្រឿងបន្លាស់រថយន្ត និងគ្រឿងបន្លាស់អេឡិចត្រូនិក។ លើសពីនេះ ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរ (ឬកាបូប) ដូចជា វ៉ាលី កាបូបស្ពាយ កាបូបយួរដៃ និងកាបូបដាក់លុយ ទៅកាន់ទីផ្សារសហរដ្ឋអាម៉េរិកមានការរីកចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ក្រោមប្រព័ន្ធអនុគ្រោះទូទៅ (GSP) ដែលបានផ្តល់ដល់ប្រទេសកម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ 2016។

ចំនួនរោងចក្រ និងសហគ្រាសដែលផលិតសម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរបានបន្តកើនឡើង។ ក្នុងអំឡុងឆ្នាំ2020-2024 ចំនួនក្រុមហ៊ុន GFT សរុបបានកើនឡើងពី 1,192 ក្នុងឆ្នាំ 2020 ដល់ 1,579 ក្រុមហ៊ុននៅឆ្នាំ 2023។ ទាំងនេះរួមមានរោងចក្រនាំចេញដោយផ្ទាល់ និងរោងចក្រជួលផលិតបន្ត ក៏ដូចជាសហគ្រាសដែលគាំទ្រដល់ផលិតកម្មរបស់រោងចក្រនាំចេញដូចជា បោកអ៊ុត ប៉ាក់ ជ្រលក់ពណ៌ ដេរ វេចខ្ចប់ ជាដើម។ ឧស្សាហកម្មនេះបានបង្កើតការងារដោយផ្ទាល់សម្រាប់កម្មករនិយោជិតជាង 925,000 នាក់ ក្នុងឆ្នាំ 2024 និងបានផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដោយប្រយោលដល់ប្រជាជនពី 2.5 ទៅ 3 លាននាក់[1]។ កម្មករនិយោជិតស្រីមានចំនួន 75.5% នៃចំនួនកម្មករនិយោជិតទាំងអស់នៅក្នុងវិស័យនេះក្នុងឆ្នាំ 2024។

រូបភាព ១. **ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃវិស័យ GFT របស់កម្ពុជា : ក្រុមហ៊ុន និងនិយោជិត**[២]



ប្រភព: ក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ

មានបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួននៅក្នុងវិស័យ GFT របស់កម្ពុជា។ វិស័យនេះត្រូវបានរងផលប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងដោយការផ្ទុះឡើងនៃជំងឺកូវីដ-19 ក្នុងឆ្នាំ 2020 ដោយការនាំចេញបានធ្លាក់ចុះ 10% បើធៀបនឹងឆ្នាំ 2019[2]។ ខណៈដែលការនាំចេញនៅឆ្នាំ 2021-2022 បានងើបឡើងវិញ វិស័យGFTត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាផ្សេងទៀត ជាពិសេសការពិចារណាលើការចាកចេញពីស្ថានភាពប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍តិចបំផុត (LDC) នាពេលអនាគតរបស់ប្រទេសនាំចេញសំខាន់ៗមួយចំនួន (រួមទាំងកម្ពុជា) និងការដកការអនុគ្រោះពាណិជ្ជកម្មនៅក្នុងទីផ្សារនាំចេញ ក៏ដូចជាការផ្លាស់ប្តូរតម្រូវការនៅក្នុងទីផ្សារគោលដៅ។

របាយការណ៍សង្ខេបនៃវិស័យនេះផ្តល់នូវការយល់ដឹងអំពីស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ននៃវិស័យGFTនៅកម្ពុជា។ វាផ្តោតលើការអនុវត្ត និងនិន្នាការដែលបានសង្កេតនៅក្នុងវិស័យនេះរហូតដល់ត្រីមាសទីពីរនៃឆ្នាំ 2024 ដែលទិន្នន័យអាចរកបាន។ ការវិភាគនេះពិចារណាលើបរិបទសកល និងបញ្ហាប្រឈមនៅក្នុងឧស្សាហកម្ម រួមទាំងការចាកចេញពី LDC នាពេលអនាគតរបស់កម្ពុជា និងលក្ខខណ្ឌទីផ្សារដែលបានផ្លាស់ប្តូរសម្រាប់ការចូលទៅកាន់ទីផ្សារនាំចេញសំខាន់ៗ។

២. និន្នាការសកលនៅក្នុងវិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរ

កត្តាភូមិសាស្ត្រនយោបាយដែលប៉ះពាល់ដល់ឧស្សាហកម្ម

កត្តាភូមិសាស្ត្រនយោបាយខាងក្រោមមួយចំនួនបានកើតឡើងក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ដែលជះឥទ្ធិពលដល់លំហូរនៃការបញ្ជាទិញ ដែលផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដល់ប្រទេសកម្ពុជារហូតមកដល់ពេលនេះរួមមាន:

- **ការកាត់បន្ថយហានិភ័យពីប្រទេសចិន**ដោយម៉ាកល្បីៗ និងអ្នកលក់រាយ (ដូចជា H&M, Esprit, Nike, Adidas) ត្រូវបានជំរុញដោយតម្រូវការអនុលោមតាម UFLPA និងជៀសវាងហានិភ័យផ្នែកច្បាប់ និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះទាក់ទងនឹងការចោទប្រកាន់ថាមានការងារដោយបង្ខំ[3]។
- **វិបត្តិមីយ៉ាន់ម៉ាដែលបានចាប់ផ្តើមក្នុងខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ2021 បានផ្លាស់ប្តូរការបញ្ជាទិញទៅកាន់ប្រទេសផលិត សម្លៀកបំពាក់ផ្សេងទៀត** រួមទាំងប្រទេសកម្ពុជាផងដែរ។ ទោះបីជាការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់របស់ប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ាបានស្ទុះងើបឡើងវិញនៅឆ្នាំ 2022 ក៏ដោយ ក៏ការព្រួយបារម្ភអំពីសិទ្ធិមនុស្សនិងការងារបាននាំឱ្យក្រុមហ៊ុនម៉ាកអន្តរជាតិ រួមទាំងក្រុមហ៊ុនលក់រាយរហ័សរបស់ប្រទេសជប៉ុន (UNIQLO) និងក្រុមហ៊ុនយក្សរបស់ចក្រភពអង់គ្លេស Marks & Spencer ដកខ្លួនចេញពីរោងចក្ររបស់ប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ា[4]។
- **ភាពចលាចលនយោបាយនាពេលថ្មីៗនេះនៅក្នុងប្រទេសបង់ក្លាដែស** ដែលជាអ្នកផលិតសម្លៀកបំពាក់ធំជាងគេទី2 ទំនងជានឹងធ្វើឱ្យមានភាពច្របូកច្របល់ចំពោះការបញ្ជាទិញទៅដល់អ្នកផលិតសម្លៀកបំពាក់ ផ្សេងៗទៀត។ នេះអាចផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ជាពិសេសដល់វិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់នៅកម្ពុជា ដែលជាមជ្ឈមណ្ឌលផលិតកម្មជំនួស[5]។

ការប្រើប្រាស់សកល

វិស័យGFTសកលត្រូវបានរំពឹងថានឹងបន្តកំណើនប្រកបដោយសុខភាពល្អក្នុងរយៈពេល 5 ឆ្នាំខាងមុខ។

- ទីផ្សារសម្លៀកបំពាក់សកលត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងរកចំណូលបាន 1.79 ពាន់ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិកនៅឆ្នាំ 2024 ជាមួយនឹងអត្រាកំណើនប្រចាំឆ្នាំ (CAGR) 2.81% ចន្លោះឆ្នាំ 2024 ដល់ឆ្នាំ 2028 ។ ផ្នែកធំបំផុតនៅក្នុងឧស្សាហកម្មនេះគឺសម្លៀកបំពាក់របស់ស្ត្រី ជាមួយនឹងតម្លៃទីផ្សារចំនួន 940 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិក តាមការព្យាករនៅឆ្នាំ2024[6]។
- ទីផ្សារស្បែកជើងពិភពលោកត្រូវបានព្យាករថានឹងបង្កើតប្រាក់ចំណូលចំនួន 412.90 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិកក្នុងឆ្នាំ 2024 ជាមួយនឹង CGAR 3.43% ចន្លោះឆ្នាំ 2024-2028[7]។ សម្លៀកបំពាក់មិនប្រណិតគ្រប់គ្រងទីផ្សារ 95% និងស្បែកជើងមិនប្រណិតគ្រប់គ្រងទីផ្សារ 93% នៃប្រាក់ចំណូលសរុប[8]។
- សហរដ្ឋអាម៉េរិកបង្កើតប្រាក់ចំណូលធំបំផុតទូទាំងពិភពលោកសម្រាប់ទាំងសម្លៀកបំពាក់ និងស្បែកជើង ដែលប៉ាន់ស្មានថាមានចំនួន 359 ពាន់លានដុល្លារសម្រាប់សម្លៀកបំពាក់ និង 91.51 ពាន់លានដុល្លារសម្រាប់ស្បែកជើងក្នុងឆ្នាំ 2024 ។ នៅទូទាំងអាស៊ាន ទីផ្សារសម្លៀកបំពាក់ត្រូវបានគេព្យាករថានឹងឈានដល់ 51.34 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិក និង 16.99 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិកសម្រាប់ស្បែកជើងនៅឆ្នាំ 2024[9]។

ទោះបីជាមានការព្យាករកំណើនជាវិជ្ជមានក៏ដោយ ភាពមិនប្រាកដប្រជាដែលកើតចេញពីការព្រួយបារម្ភអំពីអាកាសធាតុ បញ្ហាភូមិសាស្ត្រនយោបាយ សេដ្ឋកិច្ចចុះខ្សោយ និងការកើនឡើងអត្រាការប្រាក់ដែលប៉ះពាល់ដល់ប្រាក់ចំណូលសម្រាប់ចាយ និងទំនុកចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ អាចប៉ះពាល់ដល់ការប្រើប្រាស់នៅក្នុងទីផ្សារសំខាន់ៗ[10]។ យោងតាមរបាយការណ៍ស្ថានភាពម៉ូដឆ្នាំ2024 (The State of Fashion 2024) របស់ McKinsey ៖

- បំណងរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងការចំណាយលើសម្លៀកបំពាក់បានធ្លាក់ចុះ 16% នៅទូទាំងសហរដ្ឋអាម៉េរិក អឺរ៉ុប និងចិននៅក្នុងត្រីមាសទី4នៃឆ្នាំ2023។
- ការផ្លាស់ប្តូរតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់បានបណ្តាលឱ្យមាន "ឥទ្ធិពល bullwhip" ដែលការកាត់បន្ថយការបញ្ជាទិញកើនឡើងនៅក្នុងទំហំធំនៅផ្នែកផ្សេងៗនៃខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ ដោយដាក់សម្ពាធលើអ្នកផ្គត់ផ្គង់ម៉ូដ។
- ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ជាង 65 ពាន់លានដុល្លារមានហានិភ័យនៃការត្រូវបានលុបចោលដោយព្រឹត្តិការណ៍អាកាសធាតុដូចជាទឹកជំនន់ និងកម្តៅខ្លាំង។

ជំងឺរាតត្បាតកូវីដ-19 បានបង្កើនល្បឿននៃការទទួលយកការទិញទំនិញតាមអ៊ីនធឺណិត។ អ្នកប្រើប្រាស់ដែលពីមុនមិនទិញម៉ូដតាមអ៊ីនធឺណិតបានផ្លាស់ប្តូរទៅរកពាណិជ្ជកម្មតាមអេឡិចត្រូនិក។ យោងតាម McKinsey (2024) អ្នកប្រើប្រាស់អាម៉េរិក 40% បានទិញទំនិញនៅ Shein ឬ Temu ក្នុងរយៈពេល 12 ខែចុងក្រោយនេះ។ នៅឆ្នាំ 2025 ប្រហែលពាក់កណ្តាលនៃឧស្សាហកម្មម៉ូដពិភពលោកត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងមានវត្តមាននៅលើអ៊ីនធឺណិត[11] ជាមួយនឹងវេទិកាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមឈានមុខគេ[12]។

ផលិតកម្មសកល

និន្នាការផលិតកម្ម ម៉ូដដែលមានការផ្លាស់ប្តូរលឿន និងការបញ្ជាទិញក្នុងចំនួនតិចៗ ទាមទារឱ្យមានការពង្រីកសមត្ថភាព និងភាពរហ័សរហួនរបស់អ្នកផលិត។បំណងរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងការចំណាយលើសម្លៀកបំពាក់បានធ្លាក់ចុះ 16% នៅទូទាំងសហរដ្ឋអាម៉េរិក អឺរ៉ុប និងចិននៅក្នុងត្រីមាសទី4នៃឆ្នាំ2023។

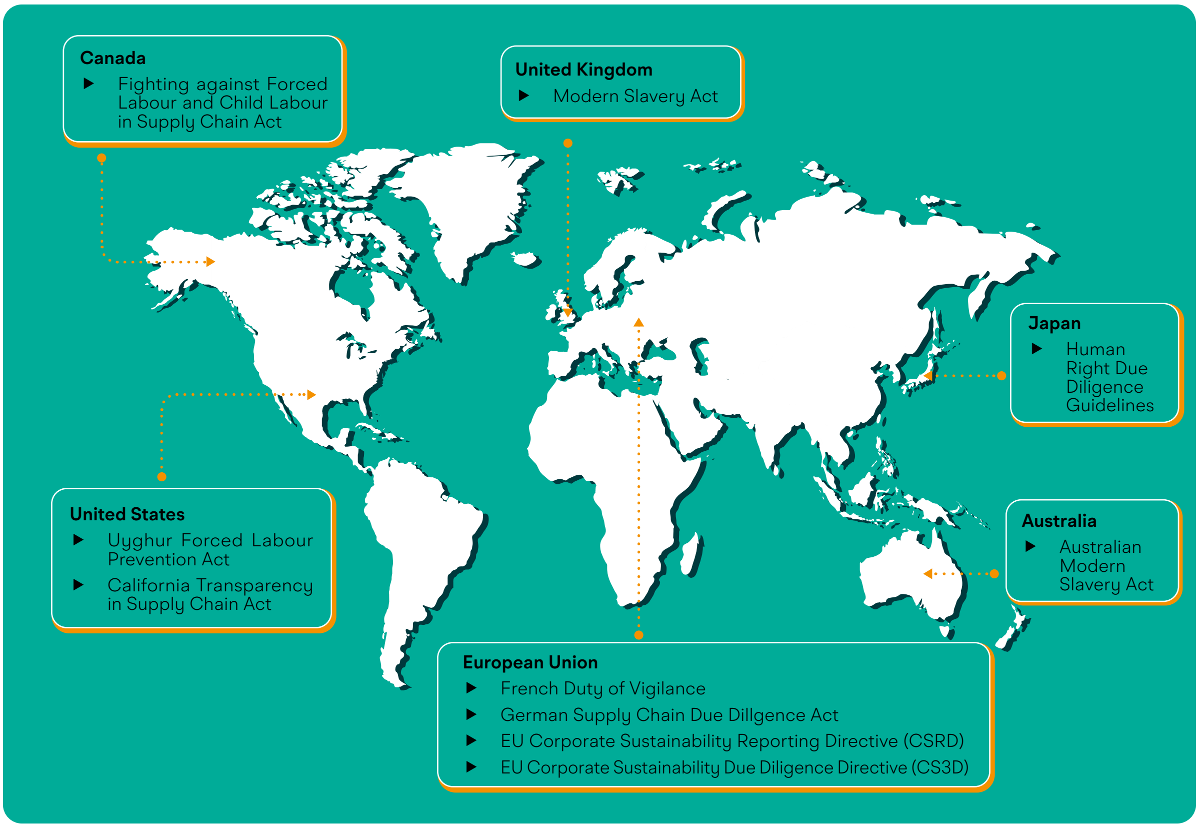
- និន្នាការម៉ូដដែលមានការផ្លាស់ប្តូរលឿនត្រូវបានកំណត់លក្ខណៈដោយតម្លៃទាបបំផុត និងការផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃរចនាប័ទ្មទាន់សម័យជាមួយនឹងការចែកចាយដោយផ្ទាល់ទៅអ្នកប្រើប្រាស់តាមរយៈបណ្តាញពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកដែលត្រូវបានជំរុញដោយការចូលនៃអ្នកចំណូលថ្មីដែលខ្លាំងដូចជា Shein និង Temu ។ ម៉ូដដែលមានការផ្លាស់ប្តូរលឿនតម្រូវឱ្យអ្នកផលិតឈានទៅរកប្រព័ន្ធផលិតកម្មដែលរួមបញ្ចូលគ្នាយ៉ាងពេញលេញស្របតាមលក្ខណៈជាក់លាក់របស់អ្នកទិញ ហើយម៉ាកដែលនាំមុខគេអាចគ្រប់គ្រងដំណើរការតាមខ្សែច្រវាក់តម្លៃទាំងមូលពីកប្បាសរហូតដល់សម្លៀកបំពាក់សម្រេចជាមួយនឹងពេលវេលាផលិតកម្មដ៏ខ្លីបំផុត[13]។
- និន្នាការផលិតកម្ម ការបញ្ជាទិញក្នុងចំនួនតិចៗ ជាធម្មតាមានចំនួនក្រោម 500 គ្រាប់ដណ្តប់លើផលិតផលជាច្រើន ចាប់ពីការផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃអ្នកទិញម៉ូដទាន់សម័យ (ដូចជា Zara) រហូតដល់ទីផ្សារពិសេសដូចជា crowd-sourced designs (ឧទាហរណ៍ គ្មានថ្មេរ) និងផលិតផលតាមតម្រូវការ (customized) ឬផលិតផលផ្ទាល់ខ្លួន (personalized) (ឧទាហរណ៍ Nike). និន្នាការនេះទាមទារឱ្យមានបណ្តាញអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដ៏រឹងមាំ ភស្តុភារ និងការគ្រប់គ្រងផលិតកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

នវានុវត្តន៍ ដូចជា ស្វ័យប្រវត្តិកម្ម ការផលិតឆ្លាតវៃ AI និងថ្នាលឌីជីថល កំពុងជំរុញដំណើរការផលិតកម្មថ្មី។ ស្វ័យប្រវត្តិកម្មវាយនភណ្ឌបច្ចេកទេស (រួមទាំងវាយនភណ្ឌឆ្លាតវៃសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ផ្នែកវេជ្ជសាស្ត្រ និងកីឡា) និងការប្រើប្រាស់បញ្ញាសិប្បនិម្មិត (AI) ក្នុងការបង្កើតគំនិត និងការរចនាផលិតផល គឺជានិន្នាការគួរឱ្យកត់សម្គាល់មួយចំនួននៅក្នុងឧស្សាហកម្មកាត់ដេរ។ ជាពិសេសពាក់ព័ន្ធនឹងប្រទេសកម្ពុជា គឺនិន្នាការឆ្ពោះទៅរកសម្លៀកបំពាក់សម្រាប់ពាក់ក្នុងបរិយាកាសខាងក្រៅអគារ ដែលជំរុញដោយការចាប់យកបែបបទជីវិតប្រកបដោយសុខភាពជាងមុនរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ ក្រោយការកើតមានជំងឺរាតត្បាត ហើយហេតុដូច្នេះជំរុញឱ្យមានតម្រូវការផលិតផលពីក្រុមហ៊ុន ម៉ាកល្បីៗដូចជា Salomon, Patagonia, Arc'teryx និង The North Face[14]។

លក្ខខណ្ឌតម្រូវផ្នែកចីរភាពកើនឡើង ត្រូវបានជំរុញដោយការប្រើប្រាស់ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ បញ្ហាក្តីបារម្ភអំពីការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងបទប្បញ្ញត្តិច្រើនជាងមុន (សូមមើលប្រអប់ទី 1)។

- ការស្ទង់មតិ McKinsey (2020) បង្ហាញថា 66% នៃអ្នកឆ្លើយតប (និង 75% នៃអ្នកឆ្លើយតបដែលកើតចន្លោះឆ្នាំ១៩៨១និង១៩៩៦) ពិចារណាអំពីបញ្ហានិរន្តរភាពនៅពេលធ្វើការទិញ[15]។
- លក្ខខណ្ឌតម្រូវផ្នែកនិរន្តរភាពជាកាតព្វកិច្ច នឹងជំរុញឱ្យក្រុមហ៊ុនកាត់បន្ថយការបំភាយឧស្ម័នផ្ទះកញ្ចក់ និងកាកសំណល់ ខណៈលើកកម្ពស់គំរូអាជីវកម្ម[16]ប្រកបដោយនិរន្តរភាពនិងចក្រា[17]។ និន្នាការនេះត្រូវបានទទួលយកដោយក្រុមហ៊ុនម៉ាកធំៗដូចជា Adidas, Gap, H&M, Levi's, Nike, Zara ជាដើម។
- សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនផលិតនៅកម្ពុជា វានឹងទាមទារឱ្យមានការវិនិយោគលើកន្លែងផលិតដែលបញ្ចេញឧស្ម័នតិច និងសន្សំសំចៃថាមពល ថាមពលកកើតឡើងវិញ និងឧបករណ៍បច្ចេកវិជ្ជាស្អាត ការកាត់បន្ថយការបំពុលនិងកាកសំណល់ដោយកាត់បន្ថយធនធានដែលបានប្រើប្រាស់ និងកែច្នៃឡើងវិញ និងប្រើប្រាស់សំណល់ឡើង វិញ។
- ការយកចិត្តទុកដាក់ជាបន្ត និងការបង្កើនការយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះទិដ្ឋភាពផ្នែកនិរន្តរភាពសង្គម

រូបភាព ២. **ការតម្រូវនៃកាតព្វកិច្ចត្រួតពិនិត្យគ្រប់ជ្រុងជ្រោយទូទាំងសកល**



ប្រអប់ ១. និន្នាការបទប្បញ្ញត្តិមួយចំនួនដែលប៉ះពាល់វិស័យ GFT[18]

ការណែនាំអំពីកាតព្វកិច្ចត្រួតពិនិត្យគ្រប់ជ្រុងជ្រោយរបស់ OECD សម្រាប់ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវនៅក្នុងវិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ និងស្បែកជើង និងអនុសាសន៍របស់ UNECE លេខ 46 ស្តីពីការលើកកម្ពស់ការតាមដាន និងតម្លាភាពនៃខ្សែច្រវាក់តម្លៃប្រកបដោយនិរន្តរភាពក្នុងវិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ និងស្បែកជើង លើកកម្ពស់ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ និងតម្លាភាពក្នុងវិស័យ GFT[19]។ ទាំងនេះមានគោលបំណងជួយក្រុមហ៊ុនកំណត់អត្តសញ្ញាណ និងដោះស្រាយការរំលោភបំពានផ្នែកការងារ និងសិទ្ធិមនុស្ស ផលប៉ះពាល់បរិស្ថាន និងហានិភ័យកេរ្តិ៍ឈ្មោះ។ ពួកគេក៏លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការទទួលយកគំរូអាជីវកម្មប្រកបដោយនិរន្តរភាពនិងចក្រា ដោយផ្តោតលើការកាត់បន្ថយកាកសំណល់ សម្ភារៈកែច្នៃ និងអាយុកាលយូរអង្វែងនៃផលិតផល។

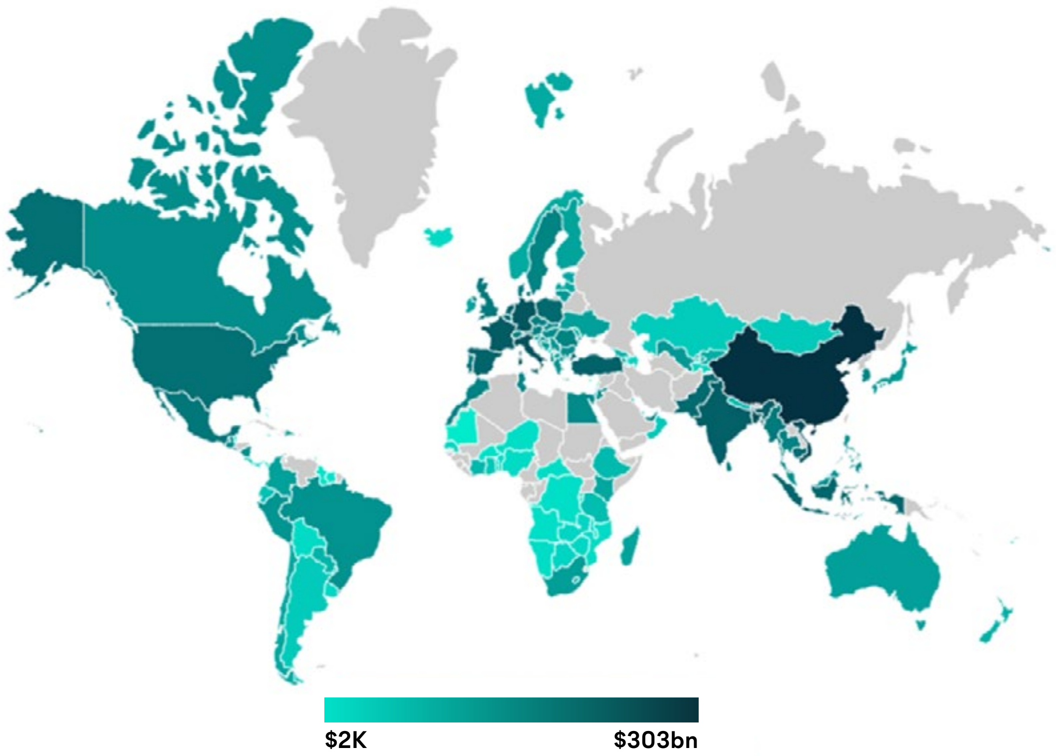
យុទ្ធសាស្ត្ររបស់សហភាពអឺរ៉ុបសម្រាប់វិស័យវាយនភណ្ឌប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងរាងជារង្វង់ មានគោលបំណងបង្កើតវិស័យវាយនភណ្ឌដែលមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែងជាងមុន ដោយកំណត់តម្រូវការរចនាសម្រាប់វាយនភណ្ឌ ការណែនាំព័ត៌មានច្បាស់លាស់ និងលិខិតឆ្លងដែនផលិតផលឌីជីថល ការណែនាំអំពីច្បាប់ទំនួលខុសត្រូវរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិតផ្នែកបន្ថែម ការរឹតបន្តឹងការនាំចេញកាកសំណល់វាយនភណ្ឌ ការលើកទឹកចិត្តគំរូអាជីវកម្មរាងជារង្វង់ ក្នុងចំណោមដទៃៗទៀត។

សេចក្តីណែនាំស្តីពីការរាយការណ៍និរន្តរភាពសាជីវកម្ម (CSRD) របស់សហភាពអឺរ៉ុប ដែលត្រូវបានដាក់ឱ្យអនុវត្តនៅថ្ងៃទី5 ខែមករា ឆ្នាំ2023 តម្រូវឱ្យមានការបង្ហាញព័ត៌មាននៅទូទាំងខ្សែច្រវាក់តម្លៃរបស់ក្រុមហ៊ុនយោងទៅតាមស្តង់ដាររបាយការណ៍ស្តីពីនិរន្តរភាពអឺរ៉ុប (ESRS)[20]។ ការរាយការណ៍អំពីនិរន្តរភាពនឹងត្រូវតម្រូវឱ្យមានសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនកម្រិតសកលដែលមិនមានទីស្នាក់ការកណ្តាលនៅសហភាពអឺរ៉ុប ដែលមានបុត្រសម្ព័ន្ធ ឬសាខានៅសហភាពអឺរ៉ុបយ៉ាងហោចណាស់មួយ ហើយមានកម្រិតចំណូលដែលបានកំណត់។ សេចក្តីណែនាំរបស់ EU ស្តីពីនិរន្តរភាពសាជីវកម្ម Due Diligence (CS3D) គូសបញ្ជាក់អំពីកាតព្វកិច្ចត្រួតពិនិត្យគ្រប់ជ្រុងជ្រោយសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនធំៗដើម្បីកំណត់ ទប់ស្កាត់ កាត់បន្ថយ និងទទួលខុសត្រូវចំពោះផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានលើសិទ្ធិមនុស្ស សិទ្ធិការងារ និងបរិស្ថានតាមខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់សកល[21]។

ច្បាប់ការពារការងារដោយបង្ខំលើជនជាតិអ៊ុយហ្គ័រ(Uyghur)របស់សហរដ្ឋអាមេរិក (UFLPA) ដែលចូលជាធរមានក្នុងខែមិថុនា ឆ្នាំ 2022 មានគោលបំណងទប់ស្កាត់ទំនិញដែលផលិតដោយបង្ខំមិនឱ្យចូលទីផ្សារសហរដ្ឋអាម៉េរិក ជាពិសេសទំនិញដែលមកពីតំបន់ស្វយ័តស៊ីនជាំង (Xinjiang Uyghur) ក្នុងប្រទេសចិន។ ដូច្នោះហើយ UFLPA បង្កើតការសន្មត់ជាមុនថាទំនិញដែលផលិតទាំងស្រុង ឬដោយផ្នែកនៅក្នុងតំបន់ស៊ីនជាំង ឬផលិតដោយអង្គភាពនៅក្នុងបញ្ជីរបស់ UFLPA ជាទំនិញផលិតដោយកម្លាំងពលកម្មបង្ខំ ហើយហេតុដូច្នេះវាត្រូវបានហាមឃាត់មិនឱ្យនាំចូលទៅកាន់សហរដ្ឋអាម៉េរិក[22]។ ដើម្បីបញ្ជាក់ពីការអនុលោមតាម UFLPA អង្គភាពនានាអាចផ្តល់ភស្តុតាងដូចជា លិខិតបញ្ជាក់ របាយការណ៍សវនកម្ម គោលនយោបាយ និងនីតិវិធីសម្រាប់កម្មវិធីអនុលោមភាព ឬឯកសារពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត[23]។

ពាណិជ្ជកម្មGFTសកល

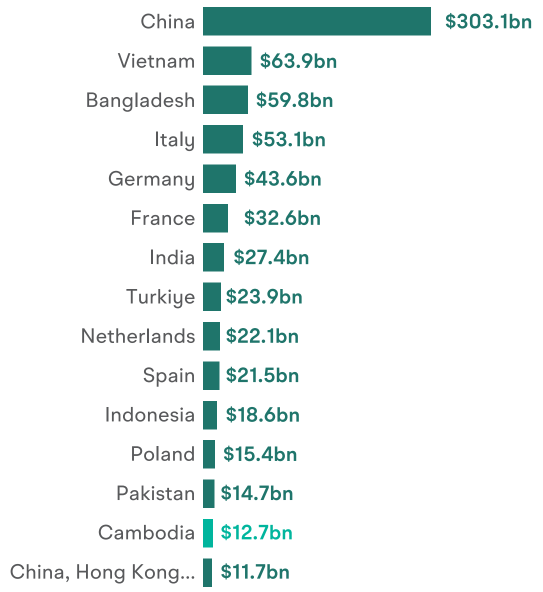
រូបភាព ៣. **ការនាំចេញGFTសកលក្នុងឆ្នាំ២០២២ ដោយប្រទេសនីមួយៗ**



នៅឆ្នាំ2022 ពិភពលោកបានកត់ត្រាតម្លៃសរុបចំនួន827 ពាន់លានដុល្លារក្នុងការនាំចេញGFTទូទាំងពិភពលោក។

- ប្រទេសចិនគឺជាអ្នកនាំចេញកំពូលដែលមាន 34% នៃការនាំចេញGFTសរុបរបស់ពិភពលោក (ឬជិត 303 ពាន់លានដុល្លារ) បន្ទាប់មកគឺវៀតណាម (7.2% ឬ 63.9 ពាន់លានដុល្លារ) និងបង់ក្លាដែស (6.7% ឬ 59.8 ពាន់លានដុល្លារ)។
- កម្ពុជាជាប់ចំណាត់ថ្នាក់ទី14 ក្នុងការនាំចេញGFT សកល និងទីបីនៅអាស៊ានក្នុងឆ្នាំ2022 ដែលបង្កើតបានប្រាក់ចំណូលប្រមាណ 12.7 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិកក្នុងការនាំចេញGFT និងស្មើរស្មើ 1.4% នៃទីផ្សារGFTសរុប។

រូបភាព ៤: **ប្រទេសនាំចេញGFTសកល កំពូលចំនួន15ក្នុងឆ្នាំ2022**



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, data from UN Comtrade

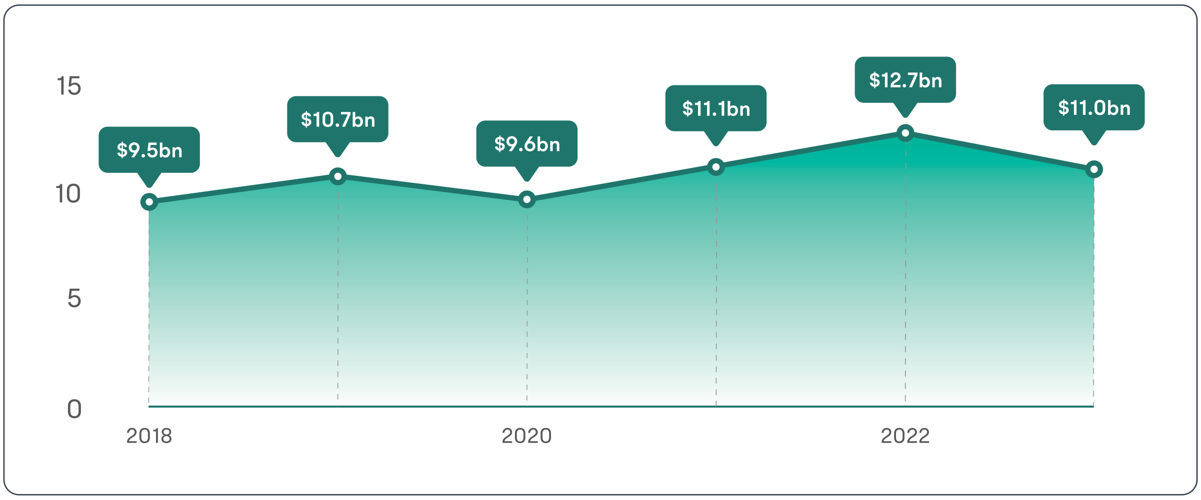
៣. ទីផ្សារនាំចេញសំខាន់ៗរបស់កម្ពុជា

ពាណិជ្ជកម្មទាំងមូលរបស់កម្ពុជានៅក្នុងវិស័យGFT

បន្ទាប់ពីការធ្លាក់ចុះភ្លាមៗនៅឆ្នាំ2020ដោយសារជំងឺរាតត្បាតកូវីដ-19 ការនាំចេញGFTរបស់កម្ពុជាបានស្ទុះងើបឡើងវិញយ៉ាងខ្លាំងពីឆ្នាំ 2021-2022 ដែលលើសពីកម្រិតនាំចេញមុនកូវីដ-19 និងឈានដល់ 12.7 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022។ ប៉ុន្តែនៅឆ្នាំ 2023 កម្ពុជាបាននាំចេញផលិតផល GFT សរុបចំនួន 11 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិក ធ្លាក់ចុះ 13% បើធៀបនឹងឆ្នាំ 2022 (រូបភាពទី 5)។ ការធ្លាក់ចុះនេះបានឆ្លុះបញ្ចាំងពីការកែតម្រូវដែលធ្វើឡើងដោយអ្នកលក់រាយដើម្បីកាត់បន្ថយសារពើភណ្ឌខ្ពស់ដែលបណ្តាលមកពីការបញ្ជាទិញខ្ពស់ដែលបានធ្វើឡើងក្រោយជំងឺរាតត្បាត។ វាក៏ត្រូវបានបង្កឡើងដោយក្តីបារម្ភនៃឧស្សាហកម្មម៉ូដពិភពលោកចំពោះការរំខានដល់ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ និងកត្តាសេដ្ឋកិច្ចដូចជាអតិផរណាជាដើម[24]។ ភាពប្រែប្រួលខ្ពស់នៃការដាក់បញ្ជាទិញ ដូចដែលបានបង្ហាញដោយការផ្លាស់ប្តូរ ដ៏ធំនៅក្នុងកំណើនការនាំចេញ (ពី +15% ទៅ -10) សង្កត់ធ្ងន់ថា ភាពធន់ នវានុវត្តន៍ និងការសម្របខ្លួនគឺជាគន្លឹះសម្រាប់អនាគតនៃឧស្សាហកម្មវិស័យនេះ។

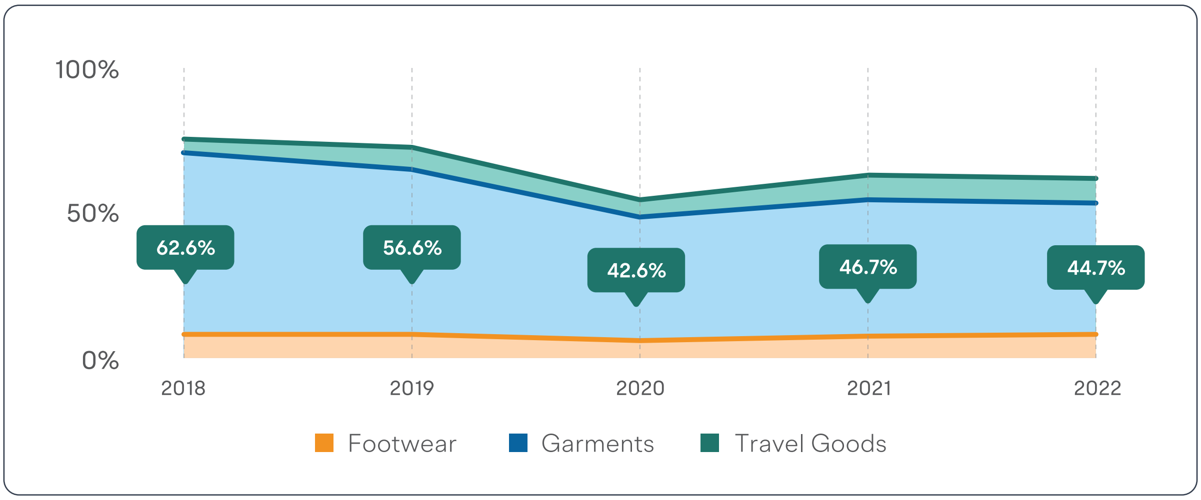
សរុបមក ខណៈដែលចំណែកនៃការនាំចេញGFTលើការនាំចេញសរុបរបស់ប្រទេសកំពុងធ្លាក់ចុះ ផលិតផលGFTនៅតែជាប្រភពសំខាន់នៃប្រាក់ចំណូលនាំចេញសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា (រូបភាពទី 6)។

រូបភាព ៥. ការនាំចេញGFTរបស់កម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ2018-2023



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, data from General Department of Customs and Excises (GDCE)

រូបភាព ៦. **ចំណែកនៃការនាំចេញGFTនៅក្នុងការនាំចេញសរុបរបស់កម្ពុជាទៅពិភពលោក**



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, data from GDCE

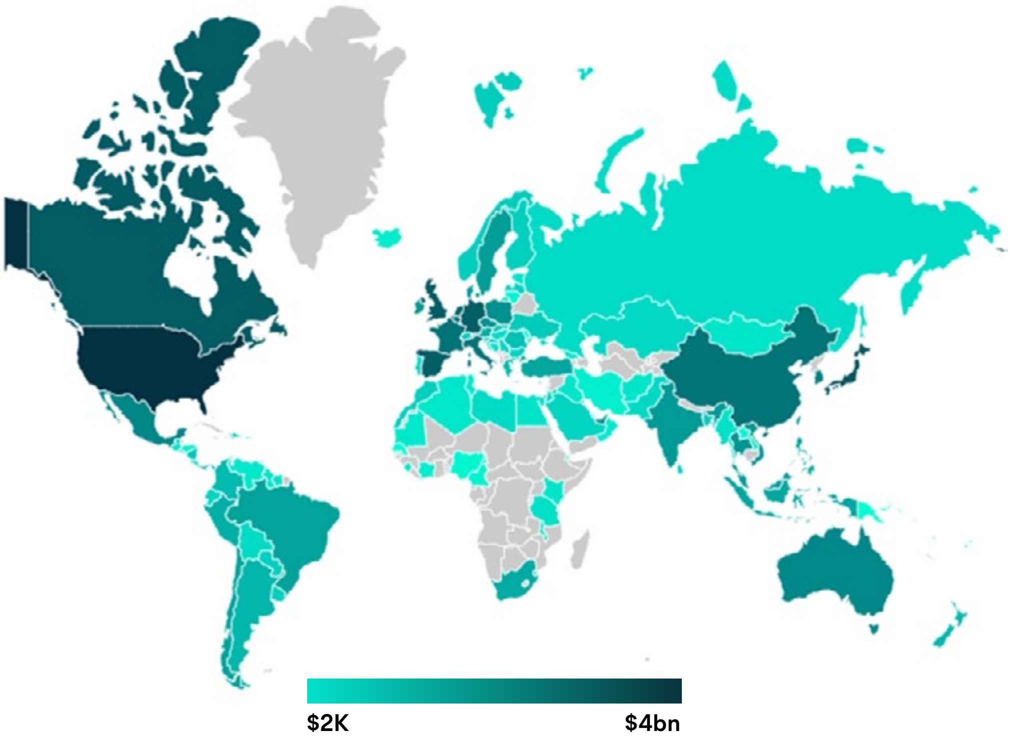
ទីផ្សារនាំចេញGFTសំខាន់ៗ

សហរដ្ឋអាមេរិក សហភាពអឺរ៉ុប ជប៉ុន កាណាដា ចក្រភពអង់គ្លេស ចិន និងអាស៊ាន គឺជាទីផ្សារនាំចេញកំពូលនៃផលិតផលGFTរបស់កម្ពុជា។

ចាប់តាំងពីឆ្នាំ 2019 មក សហរដ្ឋអាមេរិកនៅតែជាគោលដៅនាំចេញកំពូលសម្រាប់ GFT របស់កម្ពុជា។ ទីផ្សារសហរដ្ឋអាមេរិកមានចំនួនជាង 4.2 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក ឬច្រើនជាង 38% នៃប្រាក់ចំណូលនាំចេញ GFT សរុបរបស់កម្ពុជានៅឆ្នាំ 2023 ។ សហភាពអឺរ៉ុបគឺជាអ្នកនាំចូលដ៏សំខាន់បំផុតទីពីរនៃ GFT របស់កម្ពុជាដែលមានចំនួនជិត 3 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក (ឬ 27%) នៃប្រាក់ចំណូលនាំចេញGFTឆ្នាំ2023។ ទីផ្សារនាំចេញ GFT កំពូលផ្សេងទៀត របស់កម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ2023 គឺប្រទេសជប៉ុន (918 លានដុល្លារ) កាណាដា (773 លានដុល្លារ) ចក្រភពអង់គ្លេស (716 លានដុល្លារ) ចិន (274 លានដុល្លារ) និងអាស៊ាន (194 លានដុល្លារ)។

សរុបមក ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិកបានកើនឡើងចាប់តាំងពីឆ្នាំ 2019 មក។ ទីផ្សារ អាស៊ានក៏បានរក្សាកំណើននៃការនាំចូល GFT ពីកម្ពុជាក្នុងអត្រា 2.7% ក្នុងមួយឆ្នាំ។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ការនាំចេញទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុប ជប៉ុន កាណាដា ចក្រភពអង់គ្លេស និងប្រទេសចិនបានបង្ហាញពីការធ្លាក់ចុះពី 2% ទៅ 5% ក្នុងមួយឆ្នាំ (រូបភាពទី 8)។

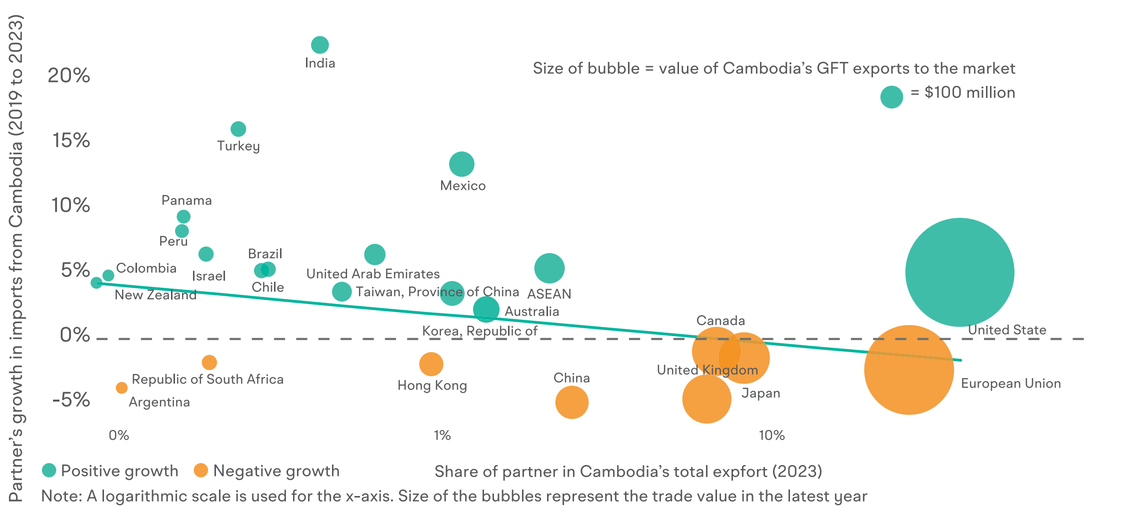
រូបភាព ៧. **ទីផ្សារនាំចេញកំពូលនៃផលិតផលGFTរបស់កម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ2023**



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, data from GDCE

រូបភាព ៨. **ទីផ្សារនាំចេញកំពូលចំនួន15សម្រាប់GFTកម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ2023**

រូបភាព ៩. ការនាំចេញGFTរបស់កម្ពុជាតាមទីផ្សារ



Note: A logarithmic scale is used for the x-axis. Size of the bubbles represent the trade value in the latest year

តារាង 1. ការនាំចេញGFTរបស់កម្ពុជានៅក្នុងទីផ្សារកំពូលចំនួន10

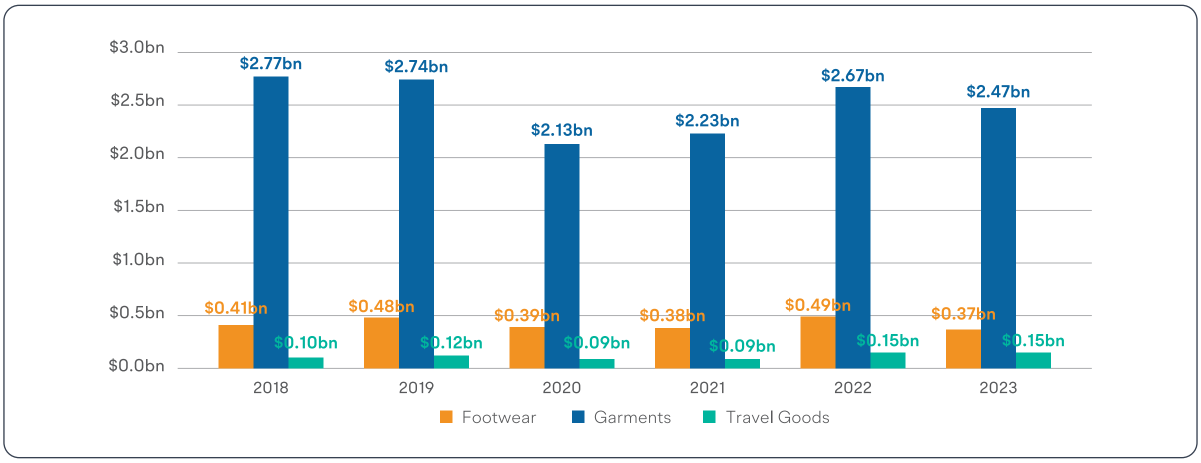
Partner	Annual Growth in GFT Imports from Cambodia, 2019-2023 (%)	Share in Cambodia's total exports, 2023 (%)	2023 Exports (US$ million)
United States	5.1%	38.6%	4,235
European Union	-2.5%	27.2%	2,987
Japan	-1.5%	8.4%	918
Canada	-1.2%	7.1%	774
United Kingdom	-4.8%	6.5%	716
China	-5.1%	2.5%	274
ASEAN	2.7%	1.8%	194
Korea, Republic of	2.3%	1.4%	151
Mexico	13.8%	1.2%	127
Australia	3.6%	1.1%	119

Source: IEC GFT Dashboard, data from GDCE

សហភាពអឺរ៉ុប

ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបនៅតែមានភាពរឹងមាំក្នុងប៉ុន្មានឆ្នាំមកនេះ ដែលត្រូវបានជំរុញដោយការចូលទៅកាន់ទីផ្សារគ្មានកូតា ដោយគ្មានពន្ធ ក្រោមគម្រោងអនុគ្រោះពន្ធលើគ្រប់មុខទំនិញលើកលែងតែអាវុធ(EBA)។ ទោះបីជាមានការធ្លាក់ចុះដោយសារការផ្ទុះឡើងនៃជំងឺកូវីដ-19 ដែលបានរំខានដល់ខ្សែប្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ តម្រូវការប្រើប្រាស់ និងប្រតិបត្តិការផលិតកម្ម ក៏ដូចជាការដកផ្នែកខ្លះនៃគម្រោងEBAក្នុងឆ្នាំ2020ក៏ដោយ ក៏ការនាំចេញទៅកាន់ទីផ្សារសហភាពអឺរ៉ុបក្នុងឆ្នាំ2022 មានភាពប្រសើរឡើងវិញរហូតដល់ 3.3 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិក។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ការប្រើប្រាស់នៅឆ្នាំ2023បានធ្លាក់ចុះ ដោយកាត់បន្ថយការនាំចេញGFTជាង 9.5% ក្នុងឆ្នាំ 2023 បើធៀបនឹងឆ្នាំ2022។

រូបភាព ១០. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារសហភាពអឺរ៉ុប



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, data from GDCE

សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបបានធ្លាក់ចុះពី 2.67 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មកនៅត្រឹម 2.47 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការធ្លាក់ចុះ 7% ។ នៅឆ្នាំ 2023 ទីផ្សារសំខាន់ៗសម្រាប់ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់របស់កម្ពុជាទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបគឺប្រទេសអេស្ប៉ាញ អាល្លឺម៉ង់ ហូឡង់ បែលហ្ស៊ិក និងអ៊ីតាលី។

ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបបានធ្លាក់ចុះពី 489 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មកត្រឹម 367 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការធ្លាក់ចុះ 25% ។ នៅឆ្នាំ 2023 ទីផ្សារសំខាន់ៗសម្រាប់ការនាំចេញស្បែកជើងរបស់កម្ពុជាទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបគឺប្រទេសអាល្លឺម៉ង់ បារាំង ហូឡង់ អ៊ីតាលី និងអេស្ប៉ាញ។

ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបបានកើនឡើងពី 145 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 ដល់ 148 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការកើនឡើង 2%។ នៅឆ្នាំ២០២៣ ទីផ្សារសំខាន់ៗសម្រាប់ការនាំចេញ ផលិតផលធ្វើដំណើររបស់កម្ពុជាទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបគឺប្រទេសហូឡង់ អ៊ីតាលី អេស្ប៉ាញ អាល្លឺម៉ង់ និងបែលហ្ស៊ិក។

ការនាំចេញ GFT ទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបក្នុងឆមាសទីមួយនៃឆ្នាំ 2024 បានបង្ហាញពីកំណើនដ៏រឹងមាំសម្រាប់សម្លៀកបំពាក់ និងផលិតផលធ្វើដំណើរ ដោយសម្លៀកបំពាក់កើនឡើង 24% និងផលិតផលធ្វើដំណើរកើនឡើង 20% បើធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នាក្នុងឆ្នាំ 2023។

	2022 (US$)	2023 (US$)	2023 vs. 2022 (%)	H1/2023 (US$)	H1/2024 (US$)	H1/2024 vs. H1/2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	2,665,630,985	2,472,790,815	-7%	1,137,794,000	1,405,351,000	24%
ស្បែកជើង	488,994,870	365,866,498	-25%	203,252,000	205,901,000	1%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	145,425,250	148,124,386	2%	76,926,000	92,354,000	20%

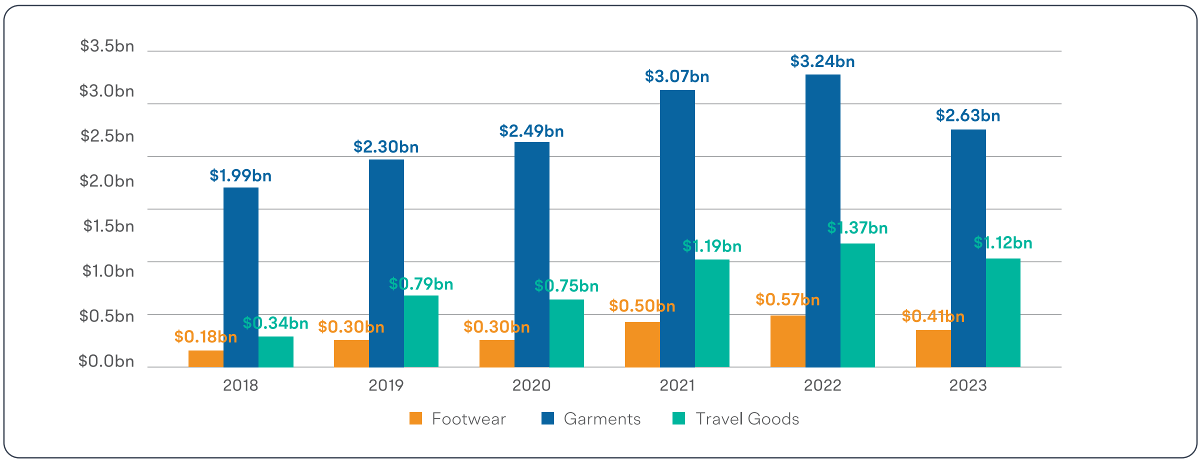
Source: Annual data (2023, 2024) from GDCE. H1/2023 & H1/2024 data from ITC Trademap

សហរដ្ឋអាមេរិក

ច្បាប់ពាណិជ្ជកម្មឆ្នាំ 1974 បានផ្តល់ការអនុគ្រោះពន្ធក្រោម GSP សម្រាប់ផលិតផលដែលមានសិទ្ធិនាំចូលពីប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ដែលទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ (BDCs) និងប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ដែលទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍តិចតួចបំផុត (LDBDCs) ។ ខណៈដែលសម្លៀកបំពាក់ និងស្បែកជើងត្រូវបានដកចេញពីគម្រោង GSP របស់សហរដ្ឋអាមេរិក ការដាក់បញ្ចូលផលិតផលធ្វើដំណើរ និងកាបូបគឺជាកត្តាសំខាន់ដែលជំរុញការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើររបស់កម្ពុជាទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិក។ សរុបមក ទីផ្សារសហរដ្ឋអាមេរិកមានទំហំធំ ហើយហេតុដូច្នេះមានភាពទាក់ទាញជាងបើប្រៀបធៀបទៅនឹងទីផ្សារធំៗផ្សេងទៀត។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ កម្ពុជាកំពុងប្រកួតប្រជែងលើមូលដ្ឋានដូចគ្នានឹងប្រទេសនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ធំៗផ្សេងទៀត ដូចជាបង់ក្លាដែស និងវៀតណាម។ ជាងនេះទៅទៀត ទីផ្សារអាមេរិកត្រូវបានចាត់ទុកថាមានការប្រែប្រួលខ្លាំងជាងបើធៀបនឹងទីផ្សារ EU ឬទីផ្សារជប៉ុន។

ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិកបានពង្រីកយ៉ាងខ្លាំងក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំកន្លងមកនេះ។ នៅឆ្នាំ ២០២២ ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាឈានដល់ជិត ៥,២ ពាន់លានដុល្លារ។ នៅឆ្នាំ 2023 ការនាំចេញ GFT ទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិកបានធ្លាក់ចុះដល់ 4.2 ពាន់លានដុល្លារ។ យ៉ាងណាក៏ដោយ សហរដ្ឋអាមេរិកនៅតែជាអ្នកនាំចូល GFT ដ៏ធំបំផុតរបស់កម្ពុជានៅទូទាំងពិភពលោក។ សហរដ្ឋអាមេរិកតែមួយមានចំនួនជាង 73% នៃការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទាំងអស់របស់កម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ 2023។

រូបភាព ១១. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារអាមេរិក



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, data from GDCE

សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់សហរដ្ឋអាម៉េរិកបានធ្លាក់ចុះពី3,2ពាន់ លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មកនៅត្រឹម 2,6ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការធ្លាក់ចុះស្មើរតែ 19 ភាគរយ។

ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់សហរដ្ឋអាម៉េរិកបានធ្លាក់ចុះពី 570 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មកនៅត្រឹម 408 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការធ្លាក់ចុះស្មើរតែ 28% ។

ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់សហរដ្ឋអាម៉េរិកបានធ្លាក់ចុះពី 1.4 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មកត្រឹម 1.2 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការធ្លាក់ចុះ 13% ។

ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់សហរដ្ឋអាម៉េរិកក្នុងឆមាសទីមួយនៃឆ្នាំ 2024 បានបង្ហាញពីការងើបឡើងវិញយ៉ាងខ្លាំងពីការធ្លាក់ចុះនៅក្នុងឆ្នាំ 2022-2023 ។ បើប្រៀបធៀបទៅនឹងឆមាសទីមួយនៃឆ្នាំ 2023 ការនាំចេញនៅក្នុងឆមាសទីមួយនៃឆ្នាំ 2024 បានកើនឡើង 16% សម្រាប់សម្លៀកបំពាក់ 21% សម្រាប់ស្បែកជើង និង 9% សម្រាប់ផលិតផលធ្វើដំណើរ។

	2022 (US$)	2023 (US$)	2023 vs. 2022 (%)	H1/2023 (US$)	H1/2024 (US$)	H1/2024 vs. H1/2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	3,234,475,829	2,630,070,834	-19%	1,177,374,000	1,362,020,000	16%
ស្បែកជើង	570,528,909	408,258,285	-28%	201,468,000	244,028,000	21%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	1,371,347,307	1,196,948,599	-13%	593,547,000	649,490,000	9%

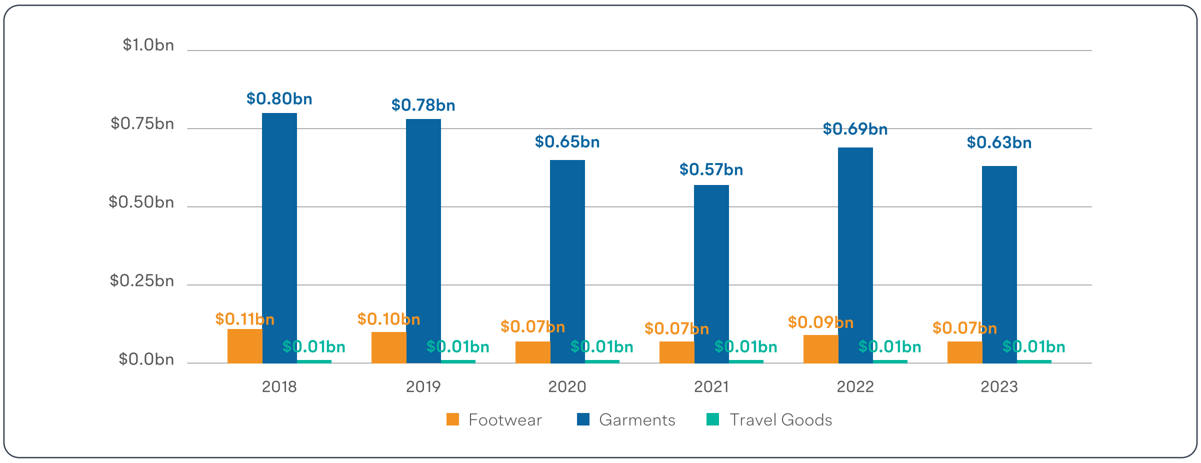
Source: Annual data (2023, 2024) from GDCE. H1/2023 & H1/2024 data from ITC Trademap

ចក្រភពអង់គ្លេស

បន្ទាប់ពីចាកចេញពីសហភាពអឺរ៉ុប (Brexit) ចក្រភពអង់គ្លេសបានបង្កើតប្រព័ន្ធអនុគ្រោះពន្ធ (GSP) របស់ខ្លួនដែលមានតាំងពីថ្ងៃទី1 ខែមករា ឆ្នាំ2021។ វាភាគច្រើនស្រដៀងនឹងGSPរបស់សហភាពអឺរ៉ុប ដោយមានអនុគម្រោងជាចំដោយឡែកពីគ្នាចំនួន៣ (ក្របខ័ណ្ឌប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍តិចតួច ក្របខ័ណ្ឌប្រសើរឡើង និងក្របខ័ណ្ឌទូទៅ)។ បន្ទាប់មកទៀត គម្រោងពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់ប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ (DCTS) បានចូលជាធរមាននៅថ្ងៃទី19 ខែមិថុនា ឆ្នាំ 2023 ជំនួស GSP របស់ចក្រភពអង់គ្លេស ហើយឥឡូវនេះគឺជាគម្រោងពាណិជ្ជកម្មដែលអាចអនុវត្តបានសម្រាប់ការនាំចេញពីកម្ពុជា ។

ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់ចក្រភពអង់គ្លេសបានធ្លាក់ចុះក្នុងឆ្នាំ 2020 ជាមួយនឹងការផ្ទុះឡើងនៃជំងឺរាតត្បាតកូវីដ-19 ហើយការនាំចេញមិនទាន់កើនឡើងវិញដល់កម្រិតមុនការផ្ទុះជំងឺរាតត្បាតនោះទេ។ នៅឆ្នាំ2022 ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់ចក្រភពអង់គ្លេសបានកត់ត្រានូវប្រាក់ចំណូលនាំចេញសរុបចំនួន 792 លានដុល្លារអាម៉េរិក ហើយបានធ្លាក់ចុះបន្ថែមទៀតដល់ 716 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023។

រូបភាព ១២. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារអង់គ្លេស



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, data from GDCE

សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់ចក្រភពអង់គ្លេសបានធ្លាក់ចុះពី 692 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មកនៅត្រឹម 633 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ធ្លាក់ចុះ 8% ។

ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់ចក្រភពអង់គ្លេសបានធ្លាក់ចុះពី 89 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មកនៅត្រឹម 71 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការធ្លាក់ចុះ 21 ភាគរយ។

ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់ចក្រភពអង់គ្លេសបានកើនឡើងពី 10.2 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 ដល់ 12 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 កើនឡើង 17% ។

ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់ចក្រភពអង់គ្លេសក្នុងឆមាសទីមួយនៃឆ្នាំ 2024 បានបង្ហាញពីការស្ទុះងើបឡើងវិញយ៉ាងខ្លាំងជាមួយនឹងការកើនឡើងយ៉ាងខ្លាំង 78% សម្រាប់ផលិតផលធ្វើដំណើរ និង 18% សម្រាប់សម្លៀកបំពាក់និង 17% សម្រាប់ស្បែកជើង បើធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នាក្នុងឆ្នាំ 2023។

	2022 (US$)	2023 (US$)	2023 vs. 2022 (%)	H1/2023 (US$)	H1/2024 (US$)	H1/2024 vs. H1/2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	691,668,802	633,044,528	-8%	269,516,000	318,074,000	18%
ស្បែកជើង	89,718,139	71,041,084	-21%	37,052,000	43,181,000	17%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	10,178,825	11,955,533	17%	6,175,000	10,965,000	78%

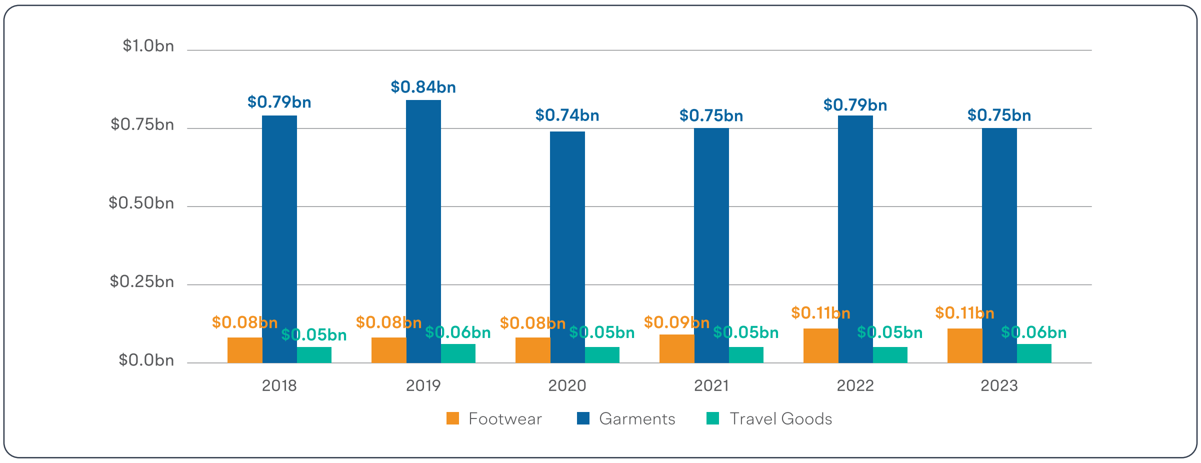
Source: Annual data (2023, 2024) from GDCE. H1/2023 & H1/2024 data from ITC Trademap

ជប៉ុន

កម្មវិធីអនុគ្រោះពន្ធGSPរបស់ប្រទេសជប៉ុន ដែលត្រូវបានអនុវត្តជាលើកដំបូងក្នុងឆ្នាំ 1971 ហើយបច្ចុប្បន្ននៅកំពុងអនុវត្ត បានផ្តល់ការអនុគ្រោះពន្ធដល់ដែនដីនិងប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ចំនួន 128 ។ លើសពីនេះ កម្ពុជាដែលជាផ្នែកមួយនៃអាស៊ាន ក៏បានចុះហត្ថលេខាលើកិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្មសេរីអាស៊ាន-ជប៉ុន និង RCEP ដែលផ្តល់លទ្ធភាពទទួលបានទីផ្សារអនុគ្រោះសម្រាប់ការនាំចេញរបស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុន។

ការនាំចេញផលិតផល GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុនបានធ្លាក់ចុះបន្តិចក្នុងអំឡុងឆ្នាំ2020-2021 មុនពេលងើបឡើងវិញបន្តិចមកត្រឹម 956 លានដុល្លារនៅឆ្នាំ2022។ នៅឆ្នាំ2023 ការនាំចេញផលិតផល GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុនបានធ្លាក់ចុះមកត្រឹមកម្រិតអំឡុងពេលកូវីដ-19វិញ គឺ 918 លានដុល្លារ។

រូបភាព ១៣. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារជប៉ុន



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, data from GDCE

សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុនបានធ្លាក់ចុះពី 794 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មកនៅត្រឹម 747 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ពោលគឺធ្លាក់ចុះ 6% ។

ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុនបានកើនឡើងពី 110 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 ដល់ 111 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការកើនឡើង 1% ។

ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុនបានកើនឡើងពី 53 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 ដល់ 60 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការកើនឡើង 15% ។

ការនាំចេញ GFT ទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុនក្នុងឆមាសទីមួយនៃឆ្នាំ 2024 បង្ហាញពីការស្ទុះងើបឡើងវិញគួរឱ្យកត់សម្គាល់បើធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នាក្នុងឆ្នាំ 2023 ជាមួយនឹងការកើនឡើង 19% សម្រាប់សម្លៀកបំពាក់ 8% សម្រាប់ស្បែកជើង និង 5% សម្រាប់ទំនិញធ្វើដំណើរ។

	2022 (US$)	2023 (US$)	2023 vs. 2022 (%)	H1/2023 (US$)	H1/2024 (US$)	H1/2024 vs. H1/2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	793,895,717	747,409,789	-6%	327,635,000	391,452,000	19%
ស្បែកជើង	109,616,296	110,518,888	1%	53,989,000	58,460,000	8%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	52,469,108	60,260,259	15%	25,653,000	26,890,000	5%

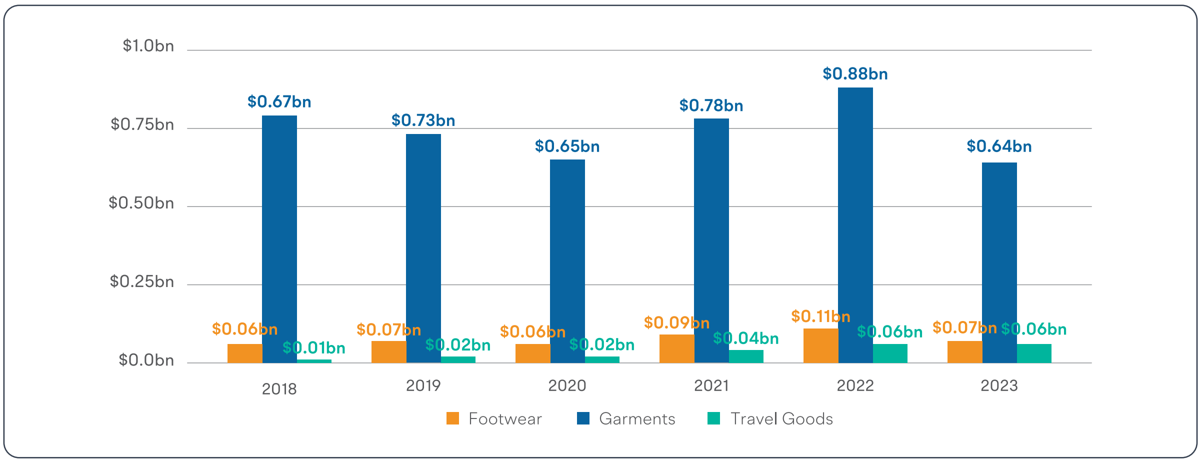
Source: Annual data (2023, 2024) from GDCE. H1/2023 & H1/2024 data from ITC Trademap

ប្រទេសកាណាដា

ប្រព័ន្ធអនុគ្រោះពន្ធទូទៅរបស់ប្រទេសកាណាដា (GPT) ដែលត្រូវបានអនុវត្តជាលើកដំបូងក្នុងឆ្នាំ 1974 បានផ្តល់ អត្រាបន្ថយពន្ធ ឬមិនគិតពន្ធសម្រាប់អ្នកទទួលផលដែលជាប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍។ បច្ចុប្បន្នកម្ពុជាក៏កំពុងចរចាកិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្មថ្នាក់តំបន់ជាមួយកាណាដា រួមជាមួយប្រទេសសមាជិកអាស៊ានផ្សេងៗទៀតផងដែរ។

ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសកាណាដាបានឈានដល់កម្រិតកំពូលចំនួន 1.05 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មុនពេលធ្លាក់ចុះមកត្រឹមកម្រិតមុនកូវីដ 19 វិញ ចំនួន 774 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023។

រូបភាព ១៤. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារកាណាដា



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, data from GDCE

សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់ប្រទេសកាណាដាបានធ្លាក់ចុះពី 881 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មកនៅត្រឹម 639 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការធ្លាក់ចុះ 27 ភាគរយ។

ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់ប្រទេសកាណាដាបានធ្លាក់ចុះពី 110 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មកនៅត្រឹម 74 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការធ្លាក់ចុះ 33% ។

ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់ប្រទេសកាណាដាបានកើនឡើងបន្តិចពី 60.5 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 ដល់ 60.9 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការកើនឡើង 1% ។

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់របស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសកាណាដាក្នុងឆមាសទីមួយនៃឆ្នាំ 2024 បានកើនឡើង 16% បើធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នាក្នុងឆ្នាំ 2023។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ការនាំចេញស្បែកជើងបានបន្តធ្លាក់ចុះ 7% ខណៈផលិតផលធ្វើដំណើរមិនមានភាពប្រសើរឡើង ដែលនេះបង្ហាញថាត្រូវពង្រឹងទំនាក់ទំនងការនាំចេញនៅក្នុងទីផ្សារកាណាដា។

	2022 (US$)	2023 (US$)	2023 vs. 2022 (%)	H1/2023 (US$)	H1/2024 (US$)	H1/2024 vs. H1/2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	880,735,827	639,055,532	-27%	296,608,000	344,260,000	16%
ស្បែកជើង	109,768,941	73,590,025	-33%	38,907,000	36,235,000	-7%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	60,446,570	60,861,666	1%	33,919,000	33,852,000	0%

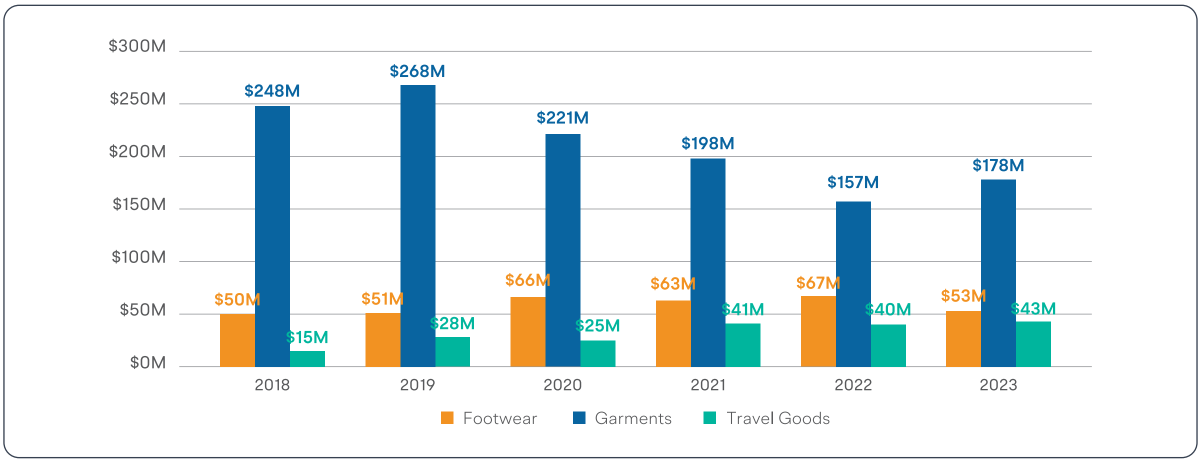
Source: Annual data (2023, 2024) from GDCE. H1/2023 & H1/2024 data from ITC Trademap

ប្រទេសចិន

ប្រទេសចិនបានអនុម័តរបប GSP ដែលផ្តល់ការអនុគ្រោះពន្ធសម្រាប់ប្រទេស LDC ចាប់តាំងពីថ្ងៃទី1 ខែកក្កដា ឆ្នាំ 2010។ លើសពីនេះ សម្រាប់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មជាមួយប្រទេសចិន កម្ពុជាក៏អាចប្រើប្រាស់ FTA អាស៊ាន-ចិន ក៏ដូចជាកិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្មសេរីចិន-កម្ពុជា ដែលត្រូវបានចុះហត្ថលេខាក្នុងខែតុលា ឆ្នាំ2020 ហើយចូលជាធរមាននៅថ្ងៃទី1 ខែមករា ឆ្នាំ2022។

សម្រាប់វិស័យGFT ការនាំចេញរបស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសចិនបានកើនឡើងបន្តិចក្នុងអំឡុងឆ្នាំ 2022-2023 បន្ទាប់ពីការធ្លាក់ចុះពីឆ្នាំ2021។ ការនាំចេញ GFT ពីកម្ពុជាទៅប្រទេសចិនបានកើនឡើងពី 267 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 ដល់ 276 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលបង្ហាញពីការកើនឡើងចំនួន 4 % ។

រូបភាព ១៥. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារចិន



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, data from GDCE

សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់ប្រទេសចិនបានកើនឡើងពី 157 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 ដល់ 178 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការកើនឡើង 14% ។

ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់ប្រទេសចិនបានធ្លាក់ចុះពី 67 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មកត្រឹម 53 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការធ្លាក់ចុះ 21% ។

ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់ប្រទេសចិនបានកើនឡើងពី 40 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 ដល់ 43 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការកើនឡើង 7% ។

ការនាំចេញ GFT ទៅកាន់ប្រទេសចិនបានស្ទុះងើបឡើងវិញនៅឆមាសទីមួយនៃឆ្នាំ 2024 បើធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នាក្នុងឆ្នាំ 2023។ ការនាំចេញស្បែកជើងមានការកើនឡើង 42% បន្ទាប់មកគឺផលិតផលធ្វើដំណើរ (13%) និង សម្លៀកបំពាក់ (8%)។

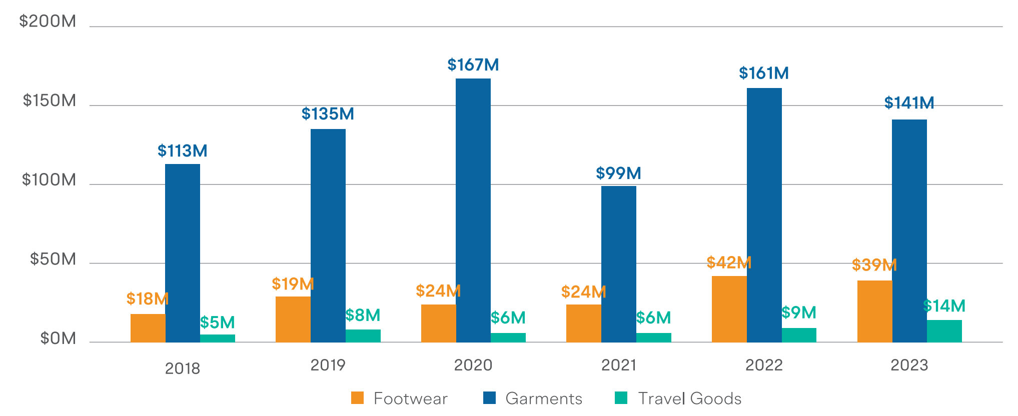
	2022 (US$)	2023 (US$)	2023 vs. 2022 (%)	H1/2023 (US$)	H1/2024 (US$)	H1/2024 vs. H1/2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	156,541,906	178,229,516	14%	93,270,000	100,792,000	8%
ស្បែកជើង	67,427,333	53,306,435	-21%	24,521,000	34,847,000	42%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	40,233,245	42,861,103	7%	20,713,000	23,317,000	13%

Source: Annual data (2023, 2024) from GDCE. H1/2023 & H1/2024 data from ITC Trademap

អាស៊ាន

កម្ពុជាបានចូលជាសមាជិកអាស៊ានទី10 នៅថ្ងៃទី30 ខែមេសា ឆ្នាំ1999 ហើយចាប់តាំងពីពេលនោះមក បានទទួលផលប្រយោជន៍ពីការចូលប្រើប្រាស់ទីផ្សារដោយមិនគិតពន្ធលើទីផ្សារអាស៊ានសម្រាប់ទំនិញស្ទើរតែទាំងអស់នៅក្រោមកិច្ចព្រមព្រៀង ATIGA ក៏ដូចជា ASEAN+ FTAs។ ខណៈប្រទេសសមាជិកអាស៊ានផ្សេងៗភាគច្រើនបំផុតមានឧស្សាហកម្មGFT កម្ពុជាអាចបង្កើតប្រាក់ចំណូលពីការនាំចេញចំនួន 254 លានដុល្លារអាម៉េរិក ទៅកាន់ប្រទេសសមាជិកអាស៊ានផ្សេងៗទៀតនៅឆ្នាំ 2022 និង 235 លានដុល្លារអាម៉េរិក នៅឆ្នាំ 2023 ។

រូបភាព ១៦. **និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារអាស៊ាន**



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, data from GDCE

សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅអាស៊ានបានធ្លាក់ចុះពីមួយលានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ2022 មកត្រឹម1លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ2023 ពោលគឺធ្លាក់ចុះ12%។ នៅឆ្នាំ2023 ប្រទេសថៃ ម៉ាឡេស៊ី និងវៀតណាម គឺជាទីផ្សារសំខាន់សម្រាប់ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់របស់កម្ពុជាក្នុងអាស៊ាន។

ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់អាស៊ានបានធ្លាក់ចុះពី 42 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មកនៅត្រឹម 39 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការធ្លាក់ចុះ 8 ភាគរយ។ នៅឆ្នាំ 2023 ប្រទេសថៃ វៀតណាម និងសិង្ហបុរីគឺជាទីផ្សារចម្បងសម្រាប់ការនាំចេញស្បែកជើងរបស់កម្ពុជានៅក្នុងអាស៊ាន។

ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់អាស៊ានបានកើនឡើងពី 9 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 ដល់ 14 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាការកើនឡើង 46% ។ នៅឆ្នាំ 2023 ប្រទេសសិង្ហបុរី ម៉ាឡេស៊ី និងថៃ គឺជាទីផ្សារសំខាន់សម្រាប់ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើររបស់កម្ពុជាក្នុងអាស៊ាន។

ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់អាស៊ានក្នុងឆមាសទីមួយនៃឆ្នាំ 2024 បានបង្ហាញពីការស្ទុះងើបឡើងវិញយ៉ាងរឹងមាំសម្រាប់ផលិតផលធ្វើដំណើរដោយមានការកើនឡើង 177% បើធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នាក្នុងឆ្នាំ 2023។ ស្បែកជើងមានកំណើន 11% និងសម្លៀកបំពាក់ 8% ។

	2022 (US$)	2023 (US$)	2023 vs. 2022 (%)	H1/2023 (US$)	H1/2024 (US$)	H1/2024 vs. H1/2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	161,080,000	141,244,876	-12%	69,616,000	75,109,000	8%
ស្បែកជើង	42,058,670	38,777,209	-8%	20,329,000	22,556,000	11%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	9,310,304	13,564,412	46%	4,627,000	12,814,000	177%

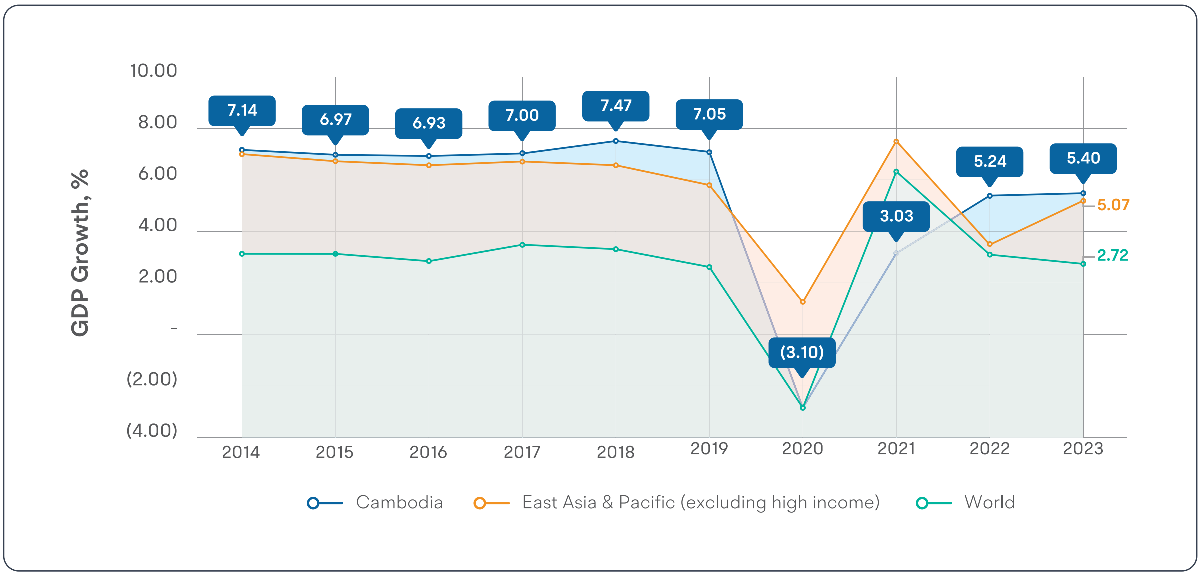
Source: Annual data (2023, 2024) from GDCE. H1/2023 & H1/2024 data from ITC Trademap

៤. ទស្សនវិស័យ

ទស្សនវិស័យសេដ្ឋកិច្ច

សេដ្ឋកិច្ចរបស់កម្ពុជាបានស្ទុះឡើងវិញ បើទោះបីជាអត្រាកំណើននេះ មិនទាន់ត្រលប់ទៅកម្រិតមុនការរាតត្បាតនៃជំងឺកូវីដក៏ដោយ។ នៅឆ្នាំ 2023 ផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបមានតែនាម (nominal GDP) បានឈានដល់ 31.8 ពាន់លានដុល្លារអាម៉េរិក ដែលបង្ហាញពីកំណើន 5.4% បើប្រៀបធៀបទៅនឹងឆ្នាំ 2022 ។ អត្រាកំណើននេះគឺខ្ពស់ជាងកំណើនជាមធ្យមនៃតំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិកខាងកើត ដែលមានចំនួន 5.07% និងពិភពលោក ដែលមានចំនួន 2.72% (រូបភាពទី17)។

រូបភាព ១៧. អត្រាកំណើនGDPរបស់កម្ពុជា



ប្រភព: ធនាគារពិភពលោក(WDI)

នៅឆ្នាំ 2024 រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានព្យាករថា កំណើនសេដ្ឋកិច្ចនឹងនៅតែរឹងមាំក្នុងកម្រិត 5.5%។ កំណើននេះត្រូវបានជំរុញជាចម្បងដោយការរីកចម្រើននៃវិស័យទេសចរណ៍ និងវិស័យផលិតកម្មមិនមែនកាត់ដេរ ក៏ដូចជាការកើនឡើងនៃការវិនិយោគផ្ទាល់ពីបរទេស(FDI) និងការអភិវឌ្ឍន៍ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ។ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាបានប្រមើលមើលហានិភ័យម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ចមួយចំនួននៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចរបស់កម្ពុជានៅឆ្នាំ ២០២៤ ជាមួយនឹងផលប៉ះពាល់ដោយផ្ទាល់ទៅលើវិស័យ GFT ដូចខាងក្រោម[27]៖

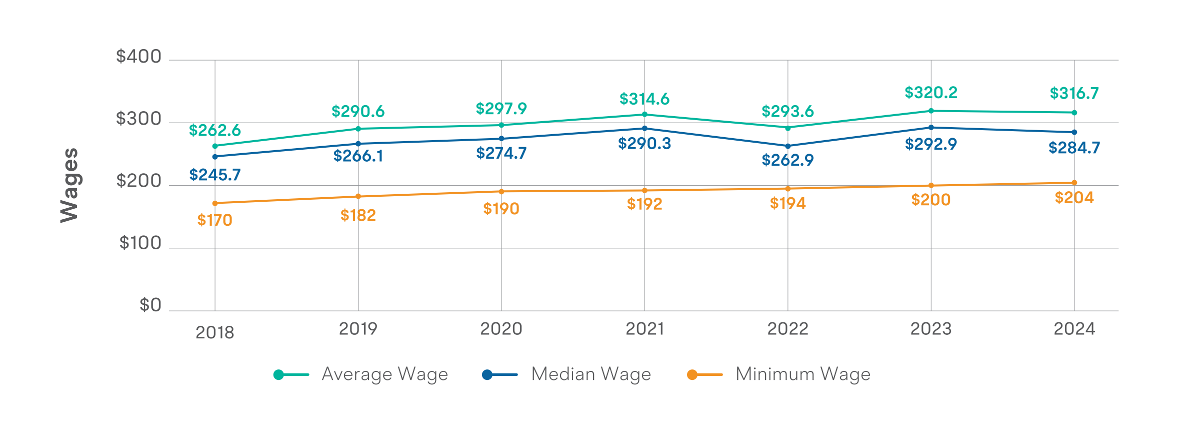
ហានិភ័យខាងក្រៅ	ហានិភ័យខាងក្នុង
▸ កំណើនយឺតក្នុងដៃគូពាណិជ្ជកម្មសំខាន់ៗរបស់កម្ពុជា ដែលប៉ះពាល់ដល់ការវិនិយោគ ការនាំចេញ និងទេសចរណ៍ ▸ ការកើនឡើងភាពតានតឹង និងការបែកខ្ញែកភូមិសាស្រ្តនយោបាយ ដែលរំខានដល់ខ្សែប្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ ការនាំចេញ និងការវិនិយោគ ▸ ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាននៃការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ	▸ ការកើនឡើងការគំរាមកំហែងនៃប្រាក់កម្ចីមិនដំណើរការ ដែលអាចកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ និងការវិនិយោគ រួមទាំងការវិនិយោគ និងការប្រើប្រាស់ GFT ▸ សមត្ថភាព ជំនាញ និងផលិតភាពមានកម្រិត ▸ ថ្លៃដឹកជញ្ជូន និងថ្លៃអគ្គិសនីខ្ពស់។

ប្រភព: សង្ខេបពីធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា(២០២៤)

ប្រាក់ឈ្នួល

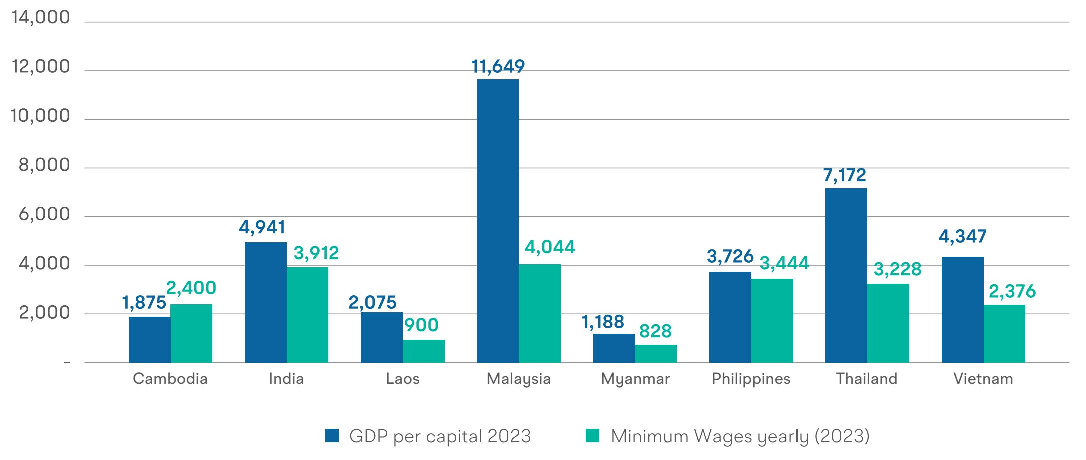
GFT គឺជាវិស័យអតិពលកម្ម ហើយតម្លៃពលកម្មតំណាងឱ្យផ្នែកសំខាន់នៃប្រតិបត្តិការ CMT ដែលស្មើនឹង 70% នៃប្រតិបត្តិការរបស់រោងចក្រ GFT របស់កម្ពុជា។ ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាក្នុងវិស័យ GFT របស់កម្ពុជាបានកើនឡើងក្នុងរយៈពេលដប់ឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ពីមូលដ្ឋានទាប 100 ដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2014។ គិតត្រឹមឆ្នាំ 2023 ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៅកម្ពុជាបានកើនឡើងដល់ 200 ដុល្លារក្នុងមួយខែ កើនឡើងពី 194 ដុល្លារអាម៉េរិកក្នុងមួយ ខែក្នុងឆ្នាំ 2022។ ចាប់ពីថ្ងៃទី1 ខែមករា ឆ្នាំ 2024 ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៅកម្ពុជាបានកើនឡើងដល់ 204 ដុល្លារអាម៉េរិក។[28] បន្ថែមពីលើប្រាក់ឈ្នួលគោល កម្មករនិយោជិតក៏ទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ផ្សេងៗសម្រាប់ថ្លៃសោហ៊ុយធ្វើដំណើរនិងថ្លៃស្នាក់នៅ ប្រាក់រង្វាន់អតីតភាពការងារ ប្រាក់ថ្លៃបាយ និងប្រាក់រង្វាន់មកធ្វើការងារទៀងទាត់។ នេះធ្វើឱ្យ ប្រាក់ចំណូលពិតប្រាកដសម្រាប់កម្មករ GFT ជាមធ្យមមានចំនួន 316 ដុល្លារអាម៉េរិកក្នុងមួយខែ (រូបភាពទី 18) ។ ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់កម្ពុជានាពេលបច្ចុប្បន្នគឺខ្ពស់ជាងប្រទេសវៀតណាមបន្តិច (154 ដុល្លារ-198 ដុល្លារ) និងខ្ពស់ឆ្ងាយពីប្រទេសបង់ក្លាដែស (75 ដុល្លារ) ដែលជាដៃគូប្រកួតប្រជែងសំខាន់ពីររបស់កម្ពុជាក្នុងវិស័យ GFT។[29]

រូបភាព ១៨. **ការផ្លាស់ប្តូរប្រាក់ឈ្នួលរបស់កម្មករនិយោជិតក្នុងវិស័យGFTកម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ2018-2024**



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, ទិន្នន័យពី TAFTAC

រូបភាព ១៩. ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៅក្នុងប្រទេសដែលត្រូវបានជ្រើសរើសក្នុងឆ្នាំ2023គិតជាដុល្លារសហរដ្ឋអាមេរិក



ប្រភព: ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាពីក្រសួងការងារនិងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ (របាយការណ៍សង្ខេបវិស័យឆ្នាំ២០២៣របស់TAFTAC), GDPក្នុងមនុស្សម្នាក់ពីធនាគារពិភពលោក។ ប្រទេសឥណ្ឌូនេស៊ី វៀតណាម ហ្វីលីពីន និងថៃ មានប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាខុសគ្នាតាមតំបន់។

បច្ចុប្បន្នកម្ពុជាកំណត់ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាសម្រាប់វិស័យ GFT ដែលខ្ពស់ជាង GDP សម្រាប់មនុស្សម្នាក់របស់ប្រទេស (ធៀបនឹងមូលដ្ឋានប្រចាំឆ្នាំ) (រូបភាពទី 19) ដោយបង្ហាញពីសារៈសំខាន់នៃវិស័យនេះក្នុងការបង្កើតប្រាក់ចំណូលសម្រាប់ពលកម្ម។ ដូច្នេះ ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាមានកម្រិតខ្ពស់បើធៀបនឹងប្រទេសផ្សេងទៀត[30]។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ការកើនឡើងថ្លៃពលកម្មក៏ដាក់សម្ពាធលើរោងចក្រ CMT ដែលមានប្រាក់ចំណេញកម្រិតទាបផងដែរ។ នៅពេលដែលប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៅតែបន្តកើនឡើង វាចាំបាច់ត្រូវបង្កើនផលិតភាព និងកាត់បន្ថយពេលវេលានិងថ្លៃចំណាយនៃការធ្វើអាជីវកម្ម ដើម្បីរក្សាភាពប្រកួតប្រជែងនៃវិស័យ GFT ។

ពីវិបត្តិរហូតដល់ការងើបឡើងវិញ៖ របៀបដែលប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់អាស៊ានកំពុងវិវត្ត

International Labour Organization

ការពិនិត្យមើលថាមវន្តប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចអាស៊ានដែលត្រូវបានជ្រើសរើស

សេចក្តីផ្តើម

ក. តួនាទីនៃគោលនយោបាយប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៅក្នុងឧស្សាហកម្មកាត់ដេរនៅអាស៊ី និងលើសពីនេះ

វិធីសាស្ត្រប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាក្នុងបរិបទអាស៊ាន

ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាបានលេចចេញជាថ្មីជាប្រធានបទសំខាន់ក្នុងការជជែកពិភាក្សាគោលនយោបាយនៅទូទាំងអាស៊ី និងប៉ាស៊ីហ្វិក ជាពិសេសនៅក្នុងឧស្សាហកម្មអតិពលកម្មដូចជាវិស័យកាត់ដេរ។ ការកំណត់ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាគ្រប់គ្រាន់ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាយន្តការដ៏សំខាន់មួយដើម្បីដោះស្រាយវិសមភាពប្រាក់ចំណូល និងលើកកម្ពស់កម្រិតជីវភាពរបស់កម្មករដែលងាយរងគ្រោះបំផុត។ ទស្សនវិស័យនេះត្រូវបានជំរុញដោយការសម្រេចចិត្តផ្អែកលើភស្តុតាងដែលនៅពេលអនុវត្តយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្នប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាមិននាំឱ្យមានការបាត់បង់ការងាររីករាលដាលដូចដែលធ្លាប់ភ័យខ្លាចពីមុននោះទេ។

នៅក្នុងឧស្សាហកម្មកាត់ដេរ ដែលកម្មករតែងតែទទួលបានប្រាក់ឈ្នួលទាប និងធ្វើការច្រើន គោលនយោបាយប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាអាចជួយបង្កើនប្រាក់ចំណូលរបស់កម្មកររាប់លាននាក់ និងរួមចំណែកដល់ស្ថិរភាពសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមកាន់តែទូលំទូលាយ។ ប្រទេសដូចជាវៀតណាម កម្ពុជា និងម៉ាឡេស៊ីបានចាត់វិធានការដើម្បីពង្រឹងប្រព័ន្ធប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់ពួកគេ ដោយទទួលស្គាល់ថាគោលនយោបាយទាំងនេះអាចផ្តល់នូវខ្សែសង្គ្រោះជីវិតដ៏សំខាន់ក្នុងអំឡុងពេលមានវិបត្តិនៃការចំណាយក្នុងការរស់នៅ។ ខណៈដែលប្រទេសក្នុងតំបន់ជួបវិបត្តិជាបន្តប្រព័ន្ធប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាដែលបានពិនិត្យយ៉ាងល្អ នឹងផ្តល់លទ្ធផលត្រឹមត្រូវសម្រាប់ កម្មករក្នុងវិស័យកាត់ដេរ និងលើសពីនេះ។

ខណៈដែលការកែសម្រួលប្រាក់ឈ្នួលដើម្បីស្របទៅតាមអតិផរណាមានភាពចាំបាច់ដើម្បីផ្តល់នូវស្តង់ដាររស់នៅសមរម្យសម្រាប់អ្នកដែលមានប្រាក់ឈ្នួលទាប ការធ្វើដូច្នេះអាចជាបញ្ហាប្រឈមនៅក្នុងប្រទេសដែលប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាខ្ពស់រួចទៅហើយ បើប្រៀបធៀបទៅនឹងប្រាក់ឈ្នួលមធ្យម ឬលក្ខខណ្ឌសេដ្ឋកិច្ចដែលមានភាពផុយស្រួយ ដូចជាបន្ទាប់ពីវិបត្តិកូវីដ-19។ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហានេះ កិច្ចសន្ទនាសង្គមដ៏រឹងមាំគឺត្រូវការជាចាំបាច់ដើម្បីធានាបាននូវការកែតម្រូវទាន់ពេលវេលា និងផ្អែកលើភស្តុតាង ដែលធ្វើឲ្យមានតុល្យភាពរវាងតម្រូវការរបស់កម្មករ និងកត្តាសេដ្ឋកិច្ច។

ការដោះស្រាយប្រព័ន្ធប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាក្នុងបរិបទនៃវិបត្តិនៃការ ចំណាយក្នុងការរស់នៅ តម្រូវឱ្យមានកិច្ចសន្ទនាសង្គមដ៏រឹងមាំដែលបង្កើតឡើងនៅលើភស្តុតាង។ វិធីសាស្ត្រនេះគឺមានសារៈសំខាន់ក្នុងការទប់ស្កាត់ការធ្លាក់ចុះនៃអំណាចទិញដែលជួបប្រទះដោយកម្មកររាប់លាននាក់នៅក្នុងតំបន់។ ជាងនេះទៀត ត្រូវគិតគូរពីការអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាពរបស់សហគ្រាស ដែលបង្កើតឱកាសការងារកាន់តែច្រើន។ ក្នុងបរិបទនេះ យន្តការត្រីភាគីដែលកម្ពុជាដាក់ចេញកាលពីប៉ុន្មានឆ្នាំមុនបានទទួលលទ្ធផលវិជ្ជមានភាគច្រើន។

ក្នុងចំណោមប្រទេសសមាជិកអាស៊ានទាំង10 មានចំនួន 8 មានប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាតាមច្បាប់។ ប្រទេសទាំងនោះរួមមាន កម្ពុជា ឥណ្ឌូនេស៊ី ឡាវ ម៉ាឡេស៊ី មីយ៉ាន់ម៉ា ហ្វីលីពីន ថៃ និងវៀតណាម។

[១]បច្ចុប្បន្នភាពសង្ខេបគោលនយោបាយនេះត្រូវបាននិពន្ធដោយ Xavier Estupiñan អ្នកឯកទេសប្រាក់ឈ្នួលប្រចាំតំបន់ DWT Asia។
ការទទួលខុសត្រូវចំពោះមតិដែលបានបង្ហាញនៅក្នុងអត្ថបទ ការសិក្សា និងការរួមចំណែកផ្សេងទៀតគឺស្ថិតនៅលើអ្នកនិពន្ធតែប៉ុណ្ណោះ ហើយការបោះពុម្ពផ្សាយមិនបង្កើតការយល់ព្រមដោយអង្គការពាក់ព័ន្ធចំពោះមតិដែលបានបង្ហាញទាំងនោះទេ។

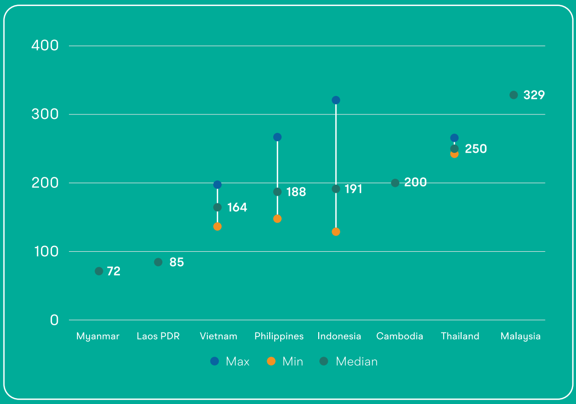
ការប្រៀបធៀបប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាប្រចាំខែក្នុងបណ្តាប្រទេសអាស៊ានគិតជាដុល្លារអាម៉េរិក និង PPP$ ឆ្នាំ 2015, 2019 និងឆ្នាំ 2023

របៀបដែលគោលនយោបាយប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាមានឥទ្ធិពលលើកម្រិតប្រាក់ឈ្នួលក្នុងបណ្តាប្រទេសអាស៊ាន

នៅឆ្នាំ2023 កម្រិតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាប្រចាំខែក្នុងបណ្តាប្រទេសអាស៊ានបានបង្ហាញពីក្រុមផ្សេងគ្នា ដោយបង្កើតជាបីប្រភេទ។ ដោយសារអត្ថិភាពនៃកម្រិតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាជាច្រើននៅក្នុងប្រទេសមួយចំនួន យើងបានជ្រើសរើសប្រើប្រាស់តម្លៃប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាជាមធ្យមជាចម្បងជាវិធានការតំណាងនៅក្នុងរបាយការណ៍សង្ខេបនេះ (សូមមើលប្រអប់ទី 1)។

ក្រុមប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាទាបរួមមានប្រទេសដែលមានប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាប្រចាំខែក្រោម 100 ដុល្លារ ក្រុមកណ្តាលបានពង្រីកដល់ 200 ដុល្លារ ហើយប្រទេសថៃ និងម៉ាឡេស៊ី មានប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាខ្ពស់បំផុត ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីប្រាក់ចំណូលខ្ពស់បំផុតសម្រាប់មនុស្សម្នាក់ក្នុងចំណោមប្រជាជាតិអាស៊ានដែលបានជ្រើសរើស (រូបភាពទី 1)។

រូបភាព ១. **កម្រិតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់អាស៊ានគិតជាដុល្លារអាម៉េរិកឆ្នាំ2023**



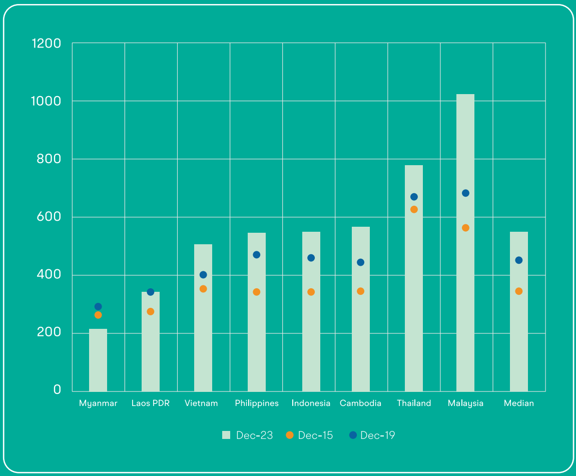
ប្រភព៖ ការប៉ាន់ប្រមាណរបស់អ្នកនិពន្ធផ្អែកលើកម្រិតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់ប្រទេសអាស៊ាន។

ខណៈដែលប្រទេសទាំងនោះអាចត្រូវបានដាក់ជាក្រុមជាបីប្រភេទដោយផ្អែកលើកម្រិតប្រាក់ឈ្នួលជាមធ្យមរបស់ពួកគេ។ ជាឧទាហរណ៍ វៀតណាម ហ្វីលីពីន និងឥណ្ឌូនេស៊ីបង្ហាញការប្រែប្រួលប្រាក់ឈ្នួលដ៏សំខាន់ ដែលទំនងជាឆ្លុះបញ្ចាំងពីភាពខុសគ្នាតាមតំបន់ ឬតាមវិស័យ។ អ្វីដែលគួរឱ្យកត់សម្គាល់គឺថាប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាខ្ពស់បំផុតនៅក្នុងប្រទេសហ្វីលីពីនលើសប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់ប្រទេសថៃ ហើយប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាខ្ពស់បំផុតរបស់ប្រទេសឥណ្ឌូនេស៊ីខិតជិតប្រទេសម៉ាឡេស៊ីដែលមានប្រាក់ឈ្នួលសរុបខ្ពស់បំផុតនៅក្នុងបរិបទអាស៊ាន។

វិធីសុក្រឹតជាងនេះក្នុងការប្រៀបធៀបប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាគឺប្រើប្រាស់ភាពស្មើគ្នានៃអំណាចទិញ(PPP) ជាជាងគិតជាដុល្លារអាម៉េរិក។ នេះគឺដោយសារតែ PPP ពិចារណាលើថ្លៃចំណាយសម្រាប់ការរស់នៅក្នុងប្រទេសមួយ និងកែតម្រូវភាពខុសគ្នានៃតម្លៃទំនិញ និងសេវាកម្ម ដែលធ្វើឱ្យមានភាពតំណាងកាន់តែប្រាកដនិយមនៃអំណាចទិញរបស់អ្នកទទួលប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមា។

ក្នុងចំណោមបណ្តាប្រទេសអាស៊ាន តម្លៃមធ្យមនៃប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាប្រចាំខែក្នុងឆ្នាំ2023 គឺ 564 ដុល្លារអាម៉េរិក (PPP)។ ម៉ាឡេស៊ីមានប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាប្រចាំខែខ្ពស់បំផុតចំនួន 1,024 ដុល្លារអាម៉េរិកនៅក្នុង PPP ខណៈដែលមីយ៉ាន់ម៉ាមានប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាប្រចាំខែទាបបំផុតចំនួន 214 ដុល្លារអាម៉េរិកនៅក្នុង PPP (រូបភាពទី 2)

រូបភាព ២. **កម្រិតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់អាស៊ានគិតជាដុល្លារអាម៉េរិក (PPP) ឆ្នាំ 2015, 2019 និងឆ្នាំ 2023**



ប្រភព៖ ការប៉ាន់ប្រមាណរបស់អ្នកនិពន្ធផ្អែកលើកម្រិតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់ប្រទេសអាស៊ាន។

បណ្តាប្រទេសអាស៊ានភាគច្រើនបំផុតបានឃើញភាពប្រសើរឡើងនៃប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាជាមធ្យមរបស់ខ្លួន ដែលបានបង្ហាញជា PPP$US ចាប់តាំងពីឆ្នាំ 2015 លើកលែងតែមីយ៉ាន់ម៉ា និងឡាវ។

ប្រអប់ ១. ការប្រៀបធៀបប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាក្នុងបណ្តាប្រទេសអាស៊ាន

ដើម្បីប្រៀបធៀបប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាក្នុងអាស៊ានបានសុក្រឹត វាចាំបាច់ណាស់ដែលត្រូវប្រើវិធីសាស្ត្រស្តង់ដារ។ ការប្រើប្រាស់រូបិយប័ណ្ណរួម និងអត្រាពេលវេលាឯកសណ្ឋានជួយសម្រួលដល់ការយល់ដឹងកាន់តែច្បាស់អំពីប្រាក់ចំណូលរបស់កម្មករនៅទូទាំងបណ្តាប្រទេសអាស៊ាន។ ការជ្រើសរើសអត្រាប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាតំណាងគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ ជាពិសេសនៅក្នុងប្រទេសដែលមានកម្រិតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាផ្សេងៗគ្នាតាមតំបន់ វិស័យមុខរបរ និងកម្រិតជំនាញ។

នៅក្នុងអត្ថបទនេះ តម្លៃជាមធ្យមត្រូវបានប្រើប្រាស់សម្រាប់ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាខេត្តចំនួន 34-38 នៅក្នុងប្រទេសឥណ្ឌូនេស៊ី ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាមិនមែនកសិកម្មទាបបំផុតនៅក្នុងតំបន់ចំនួន 17 ក្នុងប្រទេសហ្វីលីពីន ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាតាមតំបន់នៅក្នុងប្រទេសថៃ និងប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាតាមតំបន់ចំនួន 4 នៃប្រទេសវៀតណាម។ ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាជាតិត្រូវបានប្រើសម្រាប់ប្រទេសឡាវ ម៉ាឡេស៊ី (ឬក្រុមប្រឹក្សាក្រុង ឬតំបន់ក្រុមប្រឹក្សាក្រុង) និងមីយ៉ាន់ម៉ា។ សម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជាវិញ ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាគ្របដណ្តប់តែវិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ វាយនភណ្ឌ និងស្បែកជើង។

យើងក៏អាចធ្វើការប្រៀបធៀបដែលទាក់ទងគ្នាអំពីការវិវត្តនៃប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៅក្នុងបរិបទអាស៊ានដើម្បីស្វែងយល់ថាតើប្រទេសណាខ្លះដែលធ្វើការកែសម្រួលប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់ខ្លួនខ្ពស់ជាងគេក្នុងអំឡុង 2015-2023។ អ្វីដែលគួរឲ្យកត់សម្គាល់គឺថា ប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ា និងឡាវបានកាត់បន្ថយប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់ខ្លួនទាក់ទងនឹងប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាជាមធ្យមនៃប្រទេសអាស៊ានទាំងអស់ ដែលប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ាធ្លាក់ចុះពី 0.68 ដល់ 0.38 (ខែធ្នូ 2015 ដល់ ខែធ្នូ 2023) និងប្រទេសឡាវធ្លាក់ចុះពី 0.88 ដល់ 0.48 (ខែធ្នូ 2015 ដល់ ខែធ្នូ 2022)។

វៀតណាម និងឥណ្ឌូណេស៊ីរក្សាបាននូវប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាដែលមានស្ថិរភាពធៀបនឹងអនុបាតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាជាមធ្យមរបស់អាស៊ាន ខណៈដែលហ្វីលីពីន និងថៃបានធ្លាក់ចុះពី 1.21 ទៅ 0.99 និងពី 1.81 ដល់ 1.32 ដែលបង្ហាញពីការកាត់បន្ថយបើធៀបនឹងប្រទេសដទៃៗ។

តារាង ១. អនុបាតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាធៀបនឹងប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាជាមធ្យមនៃប្រទេសអាស៊ានទាំងអស់ ឆ្នាំ2015, 2019 និងឆ្នាំ 2023

	Dec-15	Dec-19	Dec-23
Myanmar	0.68	0.50	0.38
Laos	0.88	0.77	0.48
Viet Nam	0.94	0.92	0.87
Philippines	1.21	0.97	0.99
Indonesia	0.98	1.03	1.01
Cambodia	1.02	1.11	1.06
Thailand	1.81	1.61	1.32
Malaysia	1.83	1.62	1.74
Median	**126**	**164**	**189**

ប្រភព៖ ការប៉ាន់ប្រមាណរបស់អ្នកនិពន្ធដោយផ្អែកលើកម្រិតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់ប្រទេសអាស៊ាន និងសូចនាករអភិវឌ្ឍន៍ពិភពលោករបស់ធនាគារពិភពលោកសម្រាប់អត្រាប្តូរប្រាក់។

កម្ពុជាបានបង្កើនការអនុវត្តទាក់ទងគ្នារបស់ខ្លួនកាលពីដំបូងក្នុងឆ្នាំ2019ប៉ុន្តែថ្មីៗនេះបានរក្សាស្ថិរភាពកំណើនប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាស្របតាមនិន្នាការកណ្តាល។ ចុងក្រោយ ប្រទេសម៉ាឡេស៊ីដែលមានអនុបាតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាខ្ពស់បំផុតទាក់ទងនឹងប្រាក់ឈ្នួលមធ្យមទាំងមូលនៅក្នុងតំបន់បានជួបប្រទះនឹងការធ្លាក់ចុះនៅឆ្នាំ 2019 មុនពេលងើបឡើងវិញដល់ 1.74 ក្នុងឆ្នាំ 2023 (សូមមើលតារាងទី 1)។ គួរកត់សម្គាល់ថាប្រទេសនេះបានកែសម្រួលប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់ខ្លួនប្រហែលរៀងរាល់ពីរឆ្នាំម្តងជាមួយនឹងការកើនឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់ដែលកើតឡើងនៅឆ្នាំ 2020 និង 2022។ នៅខែធ្នូ ឆ្នាំ2022 អនុបាតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាបានឡើងដល់កម្រិត 1.91 ដែលលើសពីប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាជាមធ្យមរបស់អាស៊ាន។

ខ. ការកែសម្រួលប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាចុងក្រោយបង្អស់នៅក្នុងបណ្តាប្រទេសអាស៊ាន

នៅក្នុងប្រទេសអាស៊ានជាច្រើន ដំណើរការនៃការកំណត់ និងកែសម្រួលប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាមានរចនាសម្ព័ន្ធ និងញឹកញាប់ជាងមុន។ ជាឧទាហរណ៍ ការកែប្រែប្រាក់ឈ្នួលប្រចាំឆ្នាំគឺជារឿងទូទៅ ដោយរដ្ឋាភិបាល និងក្រុមប្រឹក្សាបានចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងការពិភាក្សាដើម្បីកំណត់កម្រិតប្រាក់ឈ្នួលសមរម្យ។ ការពិភាក្សាទាំងនេះជារឿយៗពិចារណាលើកត្តាសេដ្ឋកិច្ចសង្គមមួយចំនួន រួមទាំងអតិផរណា ថ្លៃចំណាយសម្រាប់ការរស់នៅ កំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងផលិតភាព។

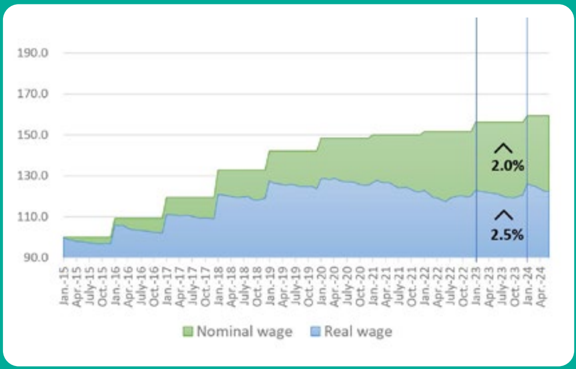
ប្រទេសមួយចំនួនបានអនុវត្តការដំឡើងប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាយ៉ាងច្រើន ដើម្បីប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងអតិផរណា និងគាំទ្រដល់អំណាចទិញរបស់កម្មករ ។ ជាឧទាហរណ៍ ប្រទេសម៉ាឡេស៊ីបានបង្កើនប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាចំនួន 25 ភាគរយនៅឆ្នាំ 2022 និងប្រទេសឥណ្ឌូនេស៊ីចំនួន 10 ភាគរយនៅឆ្នាំ 2023 បន្ទាប់មកការកែសម្រួលចន្លោះពី 1.2 ទៅ 7.5 ភាគរយនៅទូទាំងខេត្តនានាក្នុងឆ្នាំ 2024 ។ នៅក្នុងប្រទេសផ្សេងៗទៀត ការកើនឡើងប្រាក់ឈ្នួលពិតប្រាកដបានកើតឡើងមិនត្រឹមតែដោយការកែសម្រួលសំខាន់ៗប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែតាមរយៈកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងដើម្បីគ្រប់គ្រងអតិផរណា ដូចជានៅក្នុងប្រទេសថៃ និងវៀតណាម។

កម្ពុជា

នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា វិសាលភាពនៃបទប្បញ្ញត្តិប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាត្រូវបានកំណត់ចំពោះវិស័យកាត់ដេរ សម្លៀកបំពាក់ វាយនភណ្ឌ ស្បែកជើង និងកាបូប។ គួរកត់សម្គាល់ថាមានការកែសម្រួលប្រចាំឆ្នាំចំពោះប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមា។

ក្រុមប្រឹក្សាជាតិប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមា (NCMW) ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការកំណត់ និងផ្តល់អនុសាសន៍សម្រាប់ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមា និងអត្ថប្រយោជន៍ពាក់ព័ន្ធ។ ដំណើរការនេះរួមមានកិច្ចប្រជុំដែលបានកោះប្រជុំជាទៀងទាត់ និងជាវេទិកាសម្រាប់ការពិភាក្សា ដែលអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមប្រឹក្សាអាចកំណត់ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាសមស្រប។ ការពិភាក្សាទាំងនេះរួមបញ្ចូលការពិចារណាលើសូចនាករសង្គមផ្សេងៗ ។

រូបភាព ៣. សន្ទស្សន៍ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាពិតប្រាកដ និងមានតែនាម សម្រាប់កម្ពុជា ឆ្នាំ2015-24 (ឆ្នាំមូលដ្ឋាន ខែមករា 2015 = 100)



ប្រភព៖ ការប៉ាន់ស្មានរបស់អ្នកនិពន្ធដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋានទិន្នន័យប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់ ILO សម្រាប់កម្រិតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមា និងសម្រាប់អតិផរណា (តម្លៃអ្នកប្រើប្រាស់) ពីទិន្នន័យពីធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា – CPI ចុងក្រោយបំផុត ខែមិថុនា ឆ្នាំ2024។

ការកែសម្រួលប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាឆ្នាំ2023 បានធ្វើឱ្យមាន 200 ដុល្លារអាម៉េរិក តាមរយៈការកើនឡើង 3.1% ដែលលើសពីអតិផរណាកាលពីឆ្នាំមុន។ ជាងនេះទៀត ចាប់ពីថ្ងៃទី1 ខែមករា ឆ្នាំ2024 ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៅកម្ពុជាបានកើនឡើងដល់ 204 ដុល្លារអាម៉េរិក ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីការកើនឡើង 2 ភាគរយ ដូចបានកំណត់ក្នុងប្រកាសលេខ 283/23។

---

[២]លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសង្គមរួមមានស្ថានភាពគ្រួសារ អត្រាអតិផរណា និងការចំណាយក្នុងការរស់នៅ។ ខណៈដែលលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសេដ្ឋកិច្ចរួមមានកម្រិតប្រាក់ចំណេញរបស់វិស័យនេះ ស្ថានភាពទីផ្សារការងារ ភាពប្រកួតប្រជែងរបស់ប្រទេស និងផលិតភាព។

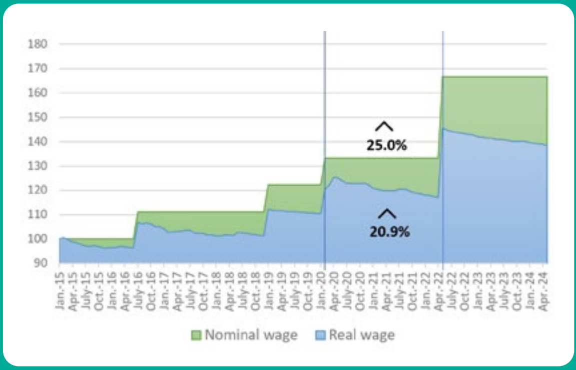
ឧបសម្ព័ន្ធ

ឥណ្ឌូនេស៊ី

រូបភាព A១.
សន្ទស្សន៍ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាពិតប្រាកដនិងមានតែនាម សម្រាប់ឥណ្ឌូនេស៊ី ឆ្នាំ2015-24 (ឆ្នាំមូលដ្ឋាន ខែមករា ឆ្នាំ2015 = 100)

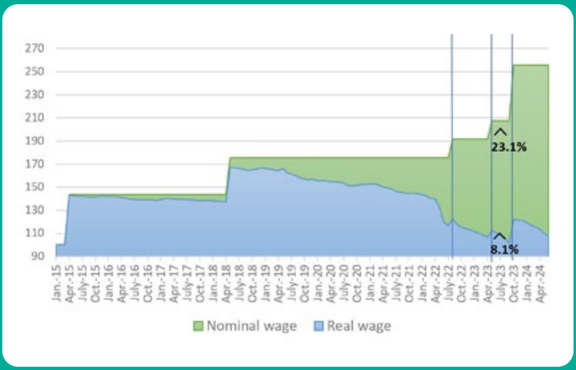
ម៉ាឡេស៊ី

រូបភាព A៣.
សន្ទស្សន៍ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាពិតប្រាកដ និងមានតែនាម សម្រាប់ម៉ាឡេស៊ី ឆ្នាំ2015-24 (ឆ្នាំមូលដ្ឋាន ខែមករា ឆ្នាំ2015 = 100)



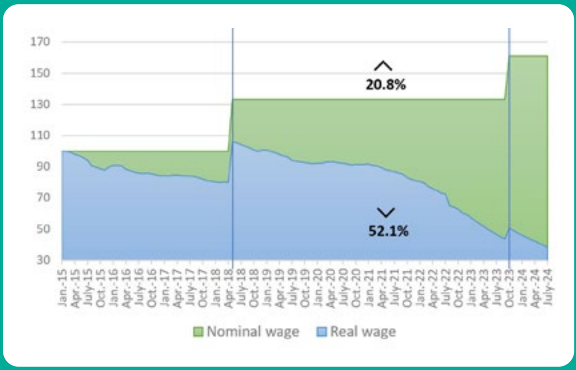
ឡាវ

រូបភាព A២.
សន្ទស្សន៍ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាពិតប្រាកដ និងមានតែនាម សម្រាប់ប្រទេសឡាវ ឆ្នាំ2015-24 (ឆ្នាំមូលដ្ឋាន ខែមករា ឆ្នាំ2015 =100)



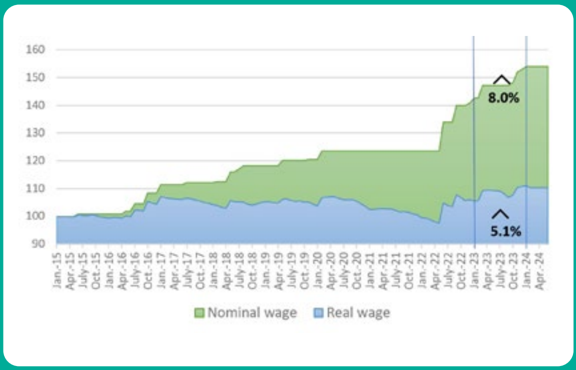
មីយ៉ាន់ម៉ា

រូបភាព A៤.
សន្ទស្សន៍ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាបន្ទាប់បន្សំ និងពិតប្រាកដ សម្រាប់មីយ៉ាន់ម៉ា 2015-24 (ឆ្នាំមូលដ្ឋាន ខែមករា ឆ្នាំ2015 = 100)



ហ្វីលីពីន

រូបភាព A៥.
សន្ទស្សន៍ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាពិតប្រាកដនិងមានតែនាម សម្រាប់ឥណ្ឌូនេស៊ី ឆ្នាំ2015-24 (ឆ្នាំមូលដ្ឋាន ខែមករា ឆ្នាំ2015 = 100)



វៀតណាម

រូបភាព A៧.
សន្ទស្សន៍ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាពិតប្រាកដ និងមានតែនាម សម្រាប់វៀតណាម ឆ្នាំ2015-23 (ឆ្នាំមូលដ្ឋាន ខែមករា ឆ្នាំ2015 = 100)

ថៃ

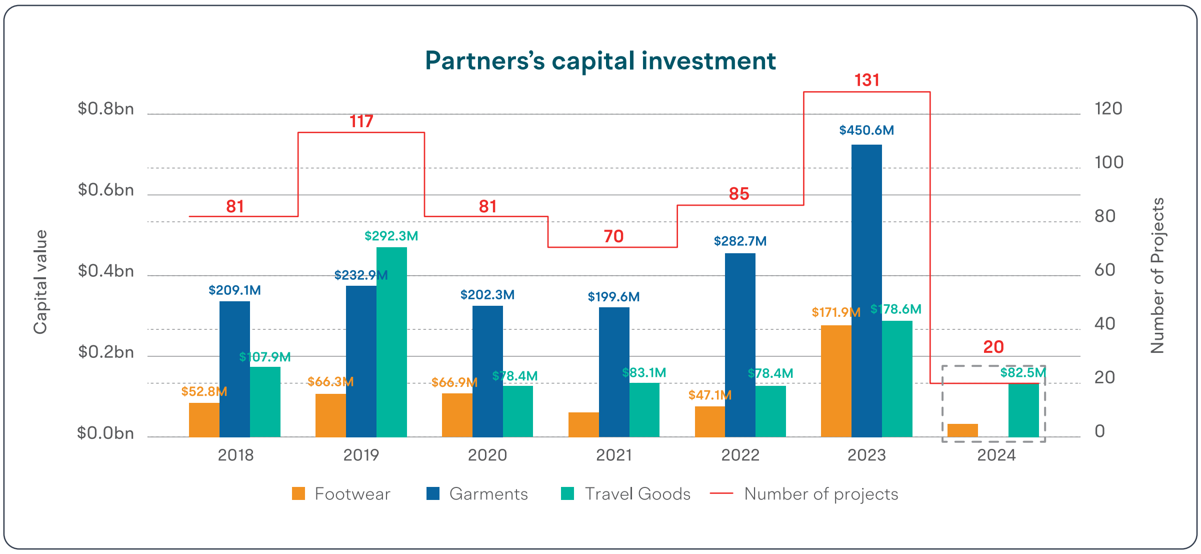
រូបភាព A៦.
សន្ទស្សន៍ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាពិតប្រាកដ និងមានតែនាម សម្រាប់ប្រទេសថៃ ឆ្នាំ2015-24 (ឆ្នាំមូលដ្ឋាន ខែមករា ឆ្នាំ2015 = 100)

ប្រភព៖ ការប៉ាន់ស្មានរបស់អ្នកនិពន្ធដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋានទិន្នន័យប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់ ILO សម្រាប់កម្រិតប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមា និងសម្រាប់អតិផរណា (ថ្លៃអ្នកប្រើប្រាស់) ពីការិយាល័យស្ថិតិទូទៅ – វៀតណាម / CPI ចុងក្រោយបំផុតដែលបានប៉ាន់ប្រមាណសម្រាប់ខែមិថុនា ឆ្នាំ2024។

ការវិនិយោគ

ការវិនិយោគក្នុងវិស័យ GFT នៅកម្ពុជាបានដើរតាមនិន្នាការកើនឡើងក្នុងអំឡុងឆ្នាំ 2018-2023 ដែលមានទឹកប្រាក់សរុបចំនួន 2,84 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិកលើគម្រោងចំនួន 565 ។ វិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់មានចំនួនជាង 55% នៃការវិនិយោគ GFT ក្នុងអំឡុងឆ្នាំ 2018-2023។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ រហូតដល់ត្រីមាសទី1 នៃឆ្នាំ2024 មិនមានការវិនិយោគថ្មីនៅក្នុងវិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ទេ។ ម៉្យាងវិញទៀត ការវិនិយោគលើវិស័យផលិតផលធ្វើដំណើរក្នុងត្រីមាសទី1 នៃឆ្នាំ2024 ឈានដល់ 82 លានដុល្លារអាមេរិក ដែលស្មើនឹង 46% នៃការវិនិយោគលើផលិតផលធ្វើដំណើរក្នុងឆ្នាំ 2023។

រូបភាព ២០. ការវិនិយោគនៅក្នុងវិស័យGFTកម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ2018-2023

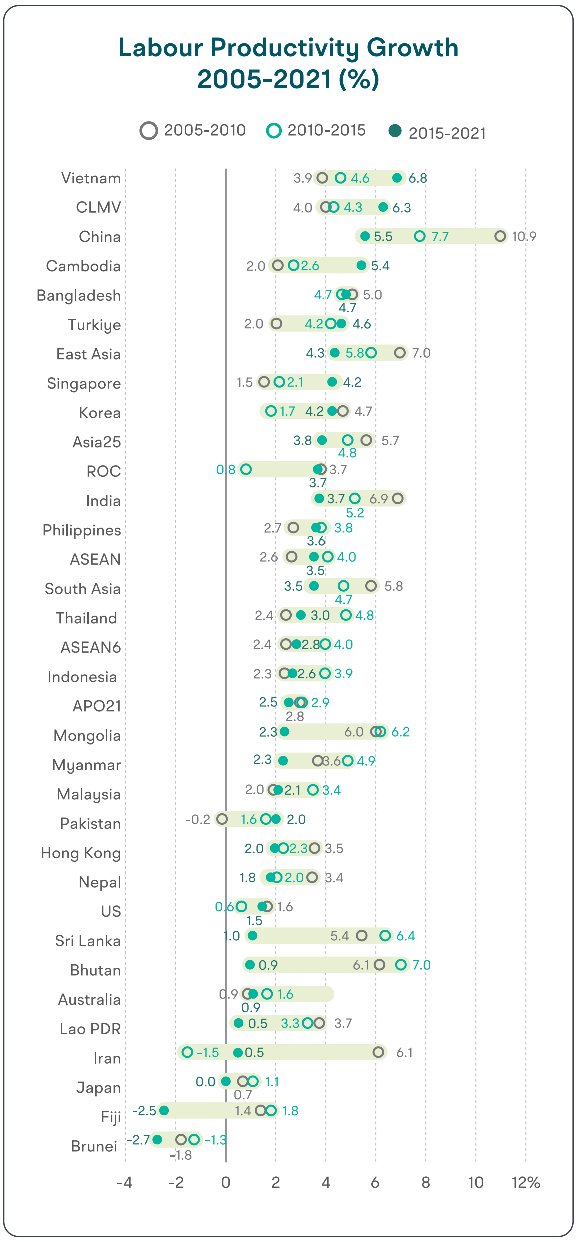


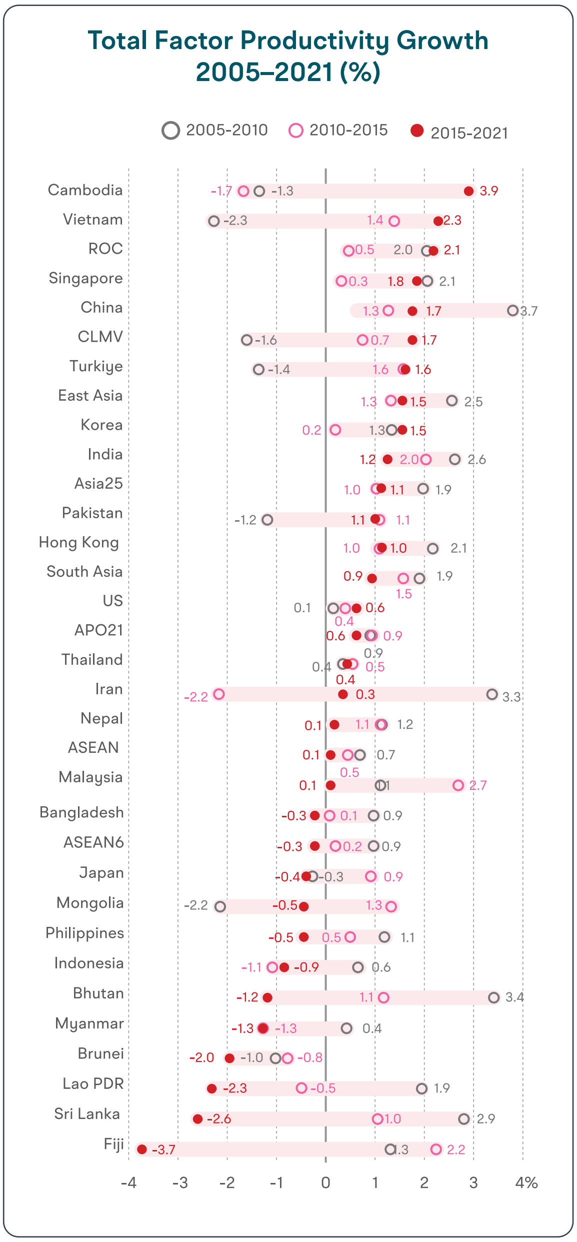
Note: 2024 data is for the first quarter only and is not comparable to previous years.
Source: IEC GFT Dashboard, data from UN Comtrade

ផលិតភាព

យោងតាមអង្គការផលិតភាពអាស៊ី(ឆ្នាំ 2023) ផលិតភាពការងាររបស់កម្មករនិយោជិតម្នាក់របស់កម្ពុជានៅមានកម្រិតទាបបើធៀបនឹងដៃគូអាស៊ានផ្សេងទៀត។ នៅឆ្នាំ2021 ផលិតភាពការងារសម្រាប់កម្មករនិយោជិតម្នាក់នៅ កម្ពុជាមានចំនួន 8,800 ដុល្លារអាមេរិក[31] ខ្ពស់ជាងប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ា (6,400 ដុល្លារ) ប៉ុន្តែទាបជាងប្រទេសឡាវ (13,600 ដុល្លារ) វៀតណាម (20,500 ដុល្លារ) និងក្រុម CLMV (ជាមធ្យម 16,400 ដុល្លារ)។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ប្រទេសកម្ពុជាបានបង្ហាញនូវកំណើនផលិតភាពការងារខ្ពស់ (គណនាជាកំណើននៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបក្នុងមួយម៉ោង) និងកំណើនផលិតភាពកត្តាសរុប (គណនាជាកំណើននៃទិន្នផលក្នុងមួយបន្សំនៃកម្លាំងពលកម្ម និងទុនបញ្ចូល) ក្នុងអំឡុងឆ្នាំ 2015-2021 (រូបភាពទី 21)។ វាត្រូវបានព្យាករថាផលិតភាពរបស់កម្ពុជានឹងបន្តកើនឡើងក្នុងអំឡុងឆ្នាំ 2024-2025 ដែលជាលទ្ធផលនៃកំណើនរួមនៃគុណភាពការងារ ជាតុចូលកម្លាំងពលកម្ម និងកំណើននៃទុនបញ្ចូល ដែលអាចរួមចំណែកដល់ការតាមទាន់កម្រិតផលិតភាពតំបន់និងពិភពលោក។

រូបភាព ២១. កំណើនផលិតភាពរបស់កម្ពុជា





(%: average annual growth rate)	1970	1980	1990	2000	2010	2025	2018	2019	2020	Projection			
	-80	-90	-2000	-10	-21	-21	-19	-20	-21	2021-22	2022-23	2023-24	2021-25
Labor input growth	1.3	2.9	5.4	4.6	4.2	3.1	1.6	-2.2	5.1	2.7	2.3	2.2	2.2
Labor quality growth	0.9	0.5	1.2	1.0	1.7	0.4	-0.9	-0.6	0.4	2.4	2.3	2.2	2.2
Hours worked growth	0.5	2.5	4.2	3.7	2.4	2.7	2.5	-1.6	4.8	0.4	0.0	0.0	0.0
College labor input growth	6.9	4.6	6.1	14.1	7.7	7.6	4.8	-0.1	3.7	2.9	2.3	2.5	2.4
Non-college labor input growth	1.2	2.9	5.4	4.2	3.9	2.7	1.3	-2.4	5.2	2.7	2.4	2.2	2.2
ICT capital input growth	-26.2	-6.7	21.7	16.6	18.8	10.0	8.0	1.1	0.6	11.2	13.8	15.4	15.1
No-ICT capital input growth	1.8	-0.3	3.1	7.7	7.5	7.7	7.7	7.8	7.6	8.3	8.3	8.4	8.4
Per-worker labor productivity growth	-6.0	0.6	2.2	4.4	4.2	5.7	3.3	4.7	10.3	5.8	5.8	5.9	5.8
Per-hour labor productivity growth	-7.0	1.5	1.9	4.0	4.1	5.4	4.0	6.7	7.7	5.9	6.2	6.3	6.3
Capital productivity growth	-0.1	0.0	-3.0	-7.7	-7.5	-7.6	-7.6	-7.6	-7.4	-2.0	-2.1	-2.2	-2.2
TFP growth	-7.8	3.2	2.1	1.3	0.8	2.9	2.3	3.3	5.0	1.3	1.4	1.5	1.5

Source: APO Productivity Databook 2023

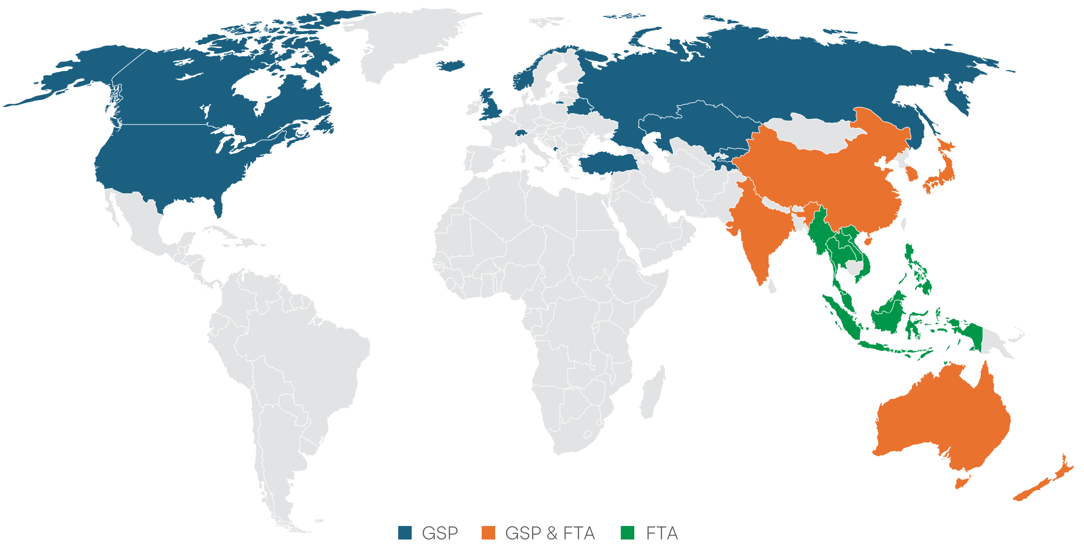
៥. ការចាកចេញពីLDC: ផលប៉ះពាល់ដែលអាចកើតមាននិងការឆ្លើយតប

លទ្ធភាពរបស់កម្ពុជាក្នុងការទទួលបានការអនុគ្រោះផ្នែកពាណិជ្ជកម្ម

ប្រទេសកម្ពុជាកំពុងស្ថិតនៅលើផ្លូវដើម្បីចាកចេញពីប្រភេទប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍តិចបំផុត(LDC)។ ប្រទេសកម្ពុជាបានបំពេញតាមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យគោលបំណងទាំងបីជាលើកដំបូង ដើម្បីត្រៀមខ្លួនសម្រាប់ការចាកចេញពីស្ថានភាព LDC នៅឆ្នាំ 2021[32] ហើយឥឡូវនេះប្រទេសនេះត្រូវបានកំណត់ឱ្យមានរយៈពេលរៀបចំ 5 ឆ្នាំសម្រាប់ការចាកចេញពីស្ថានភាព LDC រហូតដល់ឆ្នាំ 2029 ។ ខណៈការចាកចេញនេះបង្ហាញពីការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចរបស់កម្ពុជា វាក៏អាចមានបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់ធុរកិច្ចផងដែរ។

បច្ចុប្បន្នកម្ពុជាអាចទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីការរៀបចំពាណិជ្ជកម្មអនុគ្រោះចំនួន 22 ដែលផ្តល់ដល់ប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ (រួមទាំង LDCs)។ ទាំងនេះរួមបញ្ចូលប្រព័ន្ធអនុគ្រោះពន្ធទូទៅ(GSP)របស់សហភាពអឺរ៉ុប(EU) និងសហរដ្ឋអាម៉េរិក[33] ដែលផ្តល់ឱ្យកម្ពុជានូវការចូលទៅកាន់ទីផ្សារគ្មានកូតានិងគ្មានពន្ធរបស់ប្រទេសដែលផ្តល់ការអនុគ្រោះ។ លើសពីនេះ កម្ពុជាក៏បានចុះហត្ថលេខាលើកិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្មក្នុងតំបន់ (RTAs) ជាមួយប្រទេសអូស្ត្រាលី ចិន ឥណ្ឌា ជប៉ុន សាធារណរដ្ឋកូរ៉េ និងនូវែលសេឡង់ បន្ថែមលើសមាជិកចំនួនប្រាំបួនផ្សេងទៀតនៃសមាគមប្រជាជាតិអាស៊ីអាគ្នេយ៍ (អាស៊ាន) (រូបភាពទី22) ដែលកាត់បន្ថយពន្ធយ៉ាងច្រើនលើការនាំចេញរបស់កម្ពុជា។

រូបភាព ២២. លទ្ធភាពរបស់កម្ពុជាក្នុងការទទួលបានការអនុគ្រោះផ្នែកពាណិជ្ជកម្ម

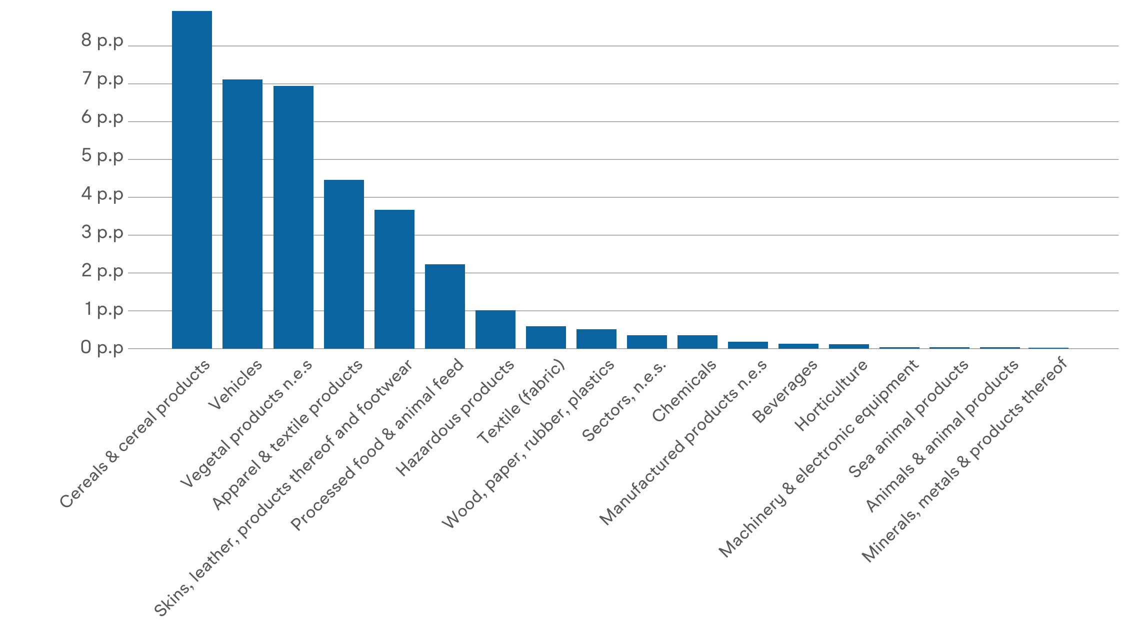


Source: IEC (2024) based on WTO PTA List

ការចាកចេញពីLDCនាំឱ្យទៅជាយ៉ាងណា

នៅពេលចាកចេញពីLDC កម្ពុជានឹងបាត់បង់លទ្ធភាពទទួលបានគម្រោងអនុគ្រោះពន្ធសម្រាប់ប្រទេសLDC ដូចជាកម្មវិធីដែលផ្តល់ដោយសហរដ្ឋអាមេរិក សហភាពអឺរ៉ុប កាណាដា ស៊ីលី ចិន ឥណ្ឌា និងផ្សេងៗទៀត។ ទោះបីជាការចាកចេញនេះមិនមានន័យថាបាត់បង់លទ្ធភាពទទួលបានទីផ្សារអនុគ្រោះទាំងអស់ក៏ដោយ ប៉ុន្តែពន្ធខ្ពស់ជាងមុននៅក្នុងទីផ្សារនាំចូលបន្ទាប់ពីការចាកចេញពីLDC នឹងជះឥទ្ធិពលដល់ការនាំចេញរបស់កម្ពុជា ដែលធ្វើឱ្យបាត់បង់លក្ខណៈប្រកួតប្រជែង ដែលកម្ពុជាកំពុងមាននាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។ គ្រាប់ធញ្ញជាតិ និងផលិតផលធញ្ញជាតិនឹងឃើញការដំឡើងពន្ធធំបំផុត 9% តាមពីក្រោយដោយពន្ធលើយានជំនិះ (8%) និងផលិតផលបន្លែ (7%)។ ផលិតផលសម្លៀកបំពាក់ និងវាយនភណ្ឌ និងស្បែក និងផលិតផលស្បែកក៏នឹងឃើញការកើនឡើងពន្ធ 4% ជាមធ្យម ផងដែរ (រូបភាព ទី10)។[34]

រូបភាព ២៣. **ការផ្លាស់ប្តូរពន្ធគយលើការនាំចេញរបស់កម្ពុជា (ចំណុចភាគរយ)**



Source: ITC Trade Briefs, using data from ITC Market Access Map, ITC Trade Map and national sources (2024)

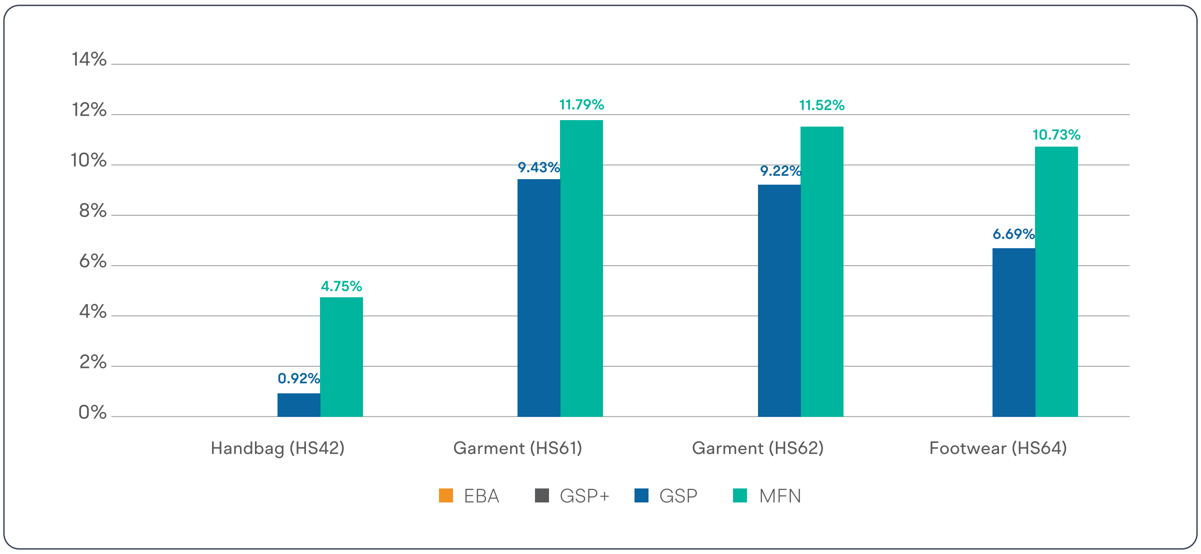
Note: The chart considers only markets with LDC preference schemes. Tariffs are weighted by 2018-2022 average exports.

ផលប៉ះពាល់នៃការចាកចេញពីLDCមកលើវិស័យGFT

ចាប់ពីឆ្នាំ 2018 ដល់ឆ្នាំ 2022 វិស័យនាំចេញធំបំផុតរបស់កម្ពុជាគឺសម្លៀកបំពាក់ និងវាយនភណ្ឌ ដែលស្មើនឹង 48% នៃការនាំចេញសរុប។ ចំណែកដ៏ច្រើនសន្ធឹកសន្ធាប់ ដែលប្រហែល 38% នៃការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ និងវាយនភណ្ឌទាំងអស់ត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងរងផលប៉ះពាល់ដោយការដំឡើងពន្ធបន្ទាប់ពីការចាកចេញពីLDC ។ ដូចគ្នានេះដែរ ការនាំចេញស្បែក និងផលិតផលស្បែកពីប្រទេសកម្ពុជាដែលមានប្រហែល 12% នៃការនាំចេញសរុបនឹងប្រឈមមុខនឹងការដំឡើងពន្ធជាមធ្យម 4% បន្ទាប់ពីការចាកចេញ។[35]

សម្រាប់សហភាពអឺរ៉ុប បន្ទាប់ពីការចាកចេញពីLDC បូកនឹងបីឆ្នាំអន្តរការណ៍ កម្ពុជានឹងត្រូវចាកចេញពីរបបពាណិជ្ជកម្ម EBA ទៅក្នុងប្រព័ន្ធ GSP របស់សហភាពអឺរ៉ុបសម្រាប់ប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ (ទាំង GSP+ ឬ GSP ស្តង់ដារ)។ បន្ទាប់ពីការចាកចេញពីLDC កម្ពុជានៅតែអាចរក្សាពន្ធសូន្យសម្រាប់ការនាំចេញGFTទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុប ប្រសិនបើទទួលបាន GSP+ ក្រោមលក្ខខណ្ឌតម្រូវឱ្យអនុលោមតាមសិទ្ធិមនុស្ស សិទ្ធិការងារ ការការពារបរិស្ថាន និងស្តង់ដារអភិបាលកិច្ចល្អក្រោមអនុសញ្ញាអន្តរជាតិ។ ផលិតផលGFTរបស់កម្ពុជាអាចប្រឈមនឹងការយកពន្ធ[36]ពី 0.92% សម្រាប់កាបូប 9.22% - 9.43% សម្រាប់សម្លៀកបំពាក់ និង 6.69% សម្រាប់ស្បែកជើងក្រោម GSPស្តង់ដារ ដែលត្រូវអនុលោមតាមវិធានប្រភពដើមទំនិញនៃ GSPស្តង់ដាររបស់សហភាពអឺរ៉ុប។ ការមិនអាចបំពេញបានតាមវិធានប្រភពដើមទំនិញនៃGSPនេះ នឹងធ្វើឱ្យមានការយកពន្ធខ្ពស់ក្រោមរបបប្រទេសទទួលបានការអនុគ្រោះបំផុត (MFN) (រូបភាពទី 24) ។

រូបភាព ២៤. ពន្ធគយមធ្យមដែលប្រឈមក្រោមគម្រោងពាណិជ្ជកម្មរបស់សហភាពអឺរ៉ុបសម្រាប់GFT តាមជំពូក



Source: Author's compilation from ITC MacMap

ការចាកចេញពីស្ថានភាពLDC ក៏នឹងមានន័យថា ប្រទេសចាកចេញនេះ នឹងប្រឈមមុខនឹងវិធានប្រភពដើមទំនិញ (RoO) កាន់តែតឹងរ៉ឹងផងដែរដើម្បីទទួលបានលក្ខណសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ការអនុគ្រោះពាណិជ្ជកម្មក្រោមប្រព័ន្ធ GSP ឬ RTAs ជាពិសេសនៅក្នុងការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់របស់ពួកគេ។ ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់របស់ LDCs ទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ច្រើនបំផុតពីការធ្វើសាមញ្ញកម្មនៃRoO ជាពិសេសនៅក្នុងពាណិជ្ជកម្មរបស់ពួកគេជាមួយកាណាដា និងសហភាពអឺរ៉ុប។ ការចាកចេញនេះ (ដោយមិនគិតពីលទ្ធភាពរបស់ប្រទេសដែលចាកចេញពី LDC ក្នុងការទទួលបាន GSP ឬ GSP+) នឹងមានន័យថា អ្នកផលិតសម្លៀកបំពាក់នឹងត្រូវគោរពតាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវបរិវត្តទ្វេដង។ ប្រព័ន្ធGSPរបស់សហភាពអឺរ៉ុបបច្ចុប្បន្ន (ហើយហេតុដូច្នេះ RoO) ត្រូវបានបន្តរហូតដល់ថ្ងៃទី31 ខែធ្នូ ឆ្នាំ2027 ហើយនឹងទទួលរងការពិនិត្យឡើងវិញនាពេលខាងមុខ។ ប្រទេសLDCsតិចតួច លើកលែងតែប្រទេសបង់ក្លាដែស មានសមត្ថភាពផលិតអំបោះក្នុងស្រុក។ ជាងនេះទៀត មិនដូចFTAរបស់EU ដូចជា EU-Vietnam FTA (EVFTA) បរិវត្តទ្វេដងមិនតម្រូវឱ្យមានវត្តមាននៅក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀងភាពជាដៃគូសេដ្ឋកិច្ចរបស់EU (ដូចជាជាមួយបណ្តាប្រទេសនៅអាហ្វ្រិក)[37] ដែលនឹងធ្វើឱ្យបាត់បង់សមត្ថភាពប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជាបន្ថែមទៀត ប្រសិនបើប្រទេសនេះមិនអាចពង្រីកសមត្ថភាពដើម្បីបំពេញបានតាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវបរិវត្តទ្វេដង។

ឱកាសសម្រាប់ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង

បន្ទាប់ពីការចាកចេញពីLDC ក្រុមហ៊ុនផលិតនៅកម្ពុជានឹងត្រូវធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវដំណើរការផលិតកម្មរបស់ពួកគេ ហើយពិចារណាលើការធ្វើសមាហរណកម្មបញ្ឈរដើម្បីកែលម្អការគ្រប់គ្រងលើខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ និងបង្កើនតម្លៃបន្ថែម ។

សម្រាប់ទីផ្សារសហភាពអឺរ៉ុប បន្ទាប់ពីឆ្នាំអន្តរការណ៍ក្រោយការចាកចេញពីLDC កម្ពុជានឹងត្រូវអនុវត្តតាមវិធានប្រភពដើមទំនិញ(RoO) ដែលមានការតម្រូវកាន់តែច្រើននៅក្រោមប្រព័ន្ធGSP ហើយពាក់ព័ន្ធនឹងការធ្វើឱ្យមានតម្លៃបន្ថែម ក្នុងស្រុកខ្ពស់ជាងមុន។ សម្រាប់សម្លៀកបំពាក់ ការផ្លាស់ប្តូរនេះនឹងបង្ហាញពីជំហានបរិវត្តកម្មបន្ថែម ដូចជាការចាក់ ឬការត្បាញ ឬកម្រិតខ្ពស់ជាងមុននៃតម្លៃបន្ថែមក្នុងស្រុក។ ក្នុងករណីដែលគ្មានសមត្ថភាពបែបនេះនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ជម្រើសមួយសម្រាប់កម្ពុជាក្នុងការបំពេញតាម RoO គឺការបង្កើតតម្លៃបន្ថែមដោយប្រើប្រាស់ធាតុចូលផលិតកម្មដែលមានប្រភពពីបណ្តាប្រទេសសហភាពអឺរ៉ុប ជាមួយបណ្តាប្រទេសអាស៊ីអាគ្នេយ៍ និងអាស៊ីខាងត្បូងដែលជាអ្នកទទួលផលពីប្រព័ន្ធGSP ឬជាមួយដៃគូ FTA របស់សហភាពអឺរ៉ុបតាមរយៈការពង្រីកបន្ថែម (ដូចជា វៀតណាម សាធារណរដ្ឋកូរ៉េ ជប៉ុន ជាដើម) តាមនីតិវិធីនៃការស្នើសុំនិងការផ្តល់ការអនុគ្រោះ។

ដើម្បីទប់ទល់នឹងការធ្លាក់ចុះសក្តានុពលនៃការចូលទៅកាន់ទីផ្សារ ក្រុមហ៊ុនផលិតGFTរបស់កម្ពុជាអាចស្វែងរកយុទ្ធសាស្រ្តជំនួស (តារាងទី 2)។ ជាឧទាហរណ៍ ការពង្រីកទៅកាន់ទីផ្សារជំនួសនឹងជួយកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការប្រែប្រួលទីផ្សារ និងធ្វើឱ្យប្រាក់ចំណូលនាំចេញមានស្ថិរភាព។ ដើម្បីបង្កើតគុណសម្បត្តិប្រកួតប្រជែងថ្មីៗ កម្ពុជាគួរតែវិនិយោគលើផលិតកម្មដែលមានតម្លៃបន្ថែមខ្ពស់។ ការទទួលបានការបញ្ជាក់វិញ្ញាបនប័ត្រក្រោមគម្រោងនិរន្តរភាព (ដូចជាការបញ្ជាក់ភាពជាអ្នកដឹកនាំក្នុងការរចនាថាមពល និងបរិស្ថាន (LEEDS) លក្ខខណ្ឌតម្រូវសុវត្ថិភាពអគារនិងជីវិត (LABS) រោងចក្រប្រព្រឹត្តកម្មសំណល់(ETP) រោងចក្រគំរូបៃតង ជាដើម) ក៏នឹងរួមចំណែកដល់ការបង្កើនប្រសិទ្ធផល និរន្តរភាព និងភាពប្រកួតប្រជែងរបស់រោងចក្រផលិតផងដែរ។ ជាងនេះទៀត ថ្លៃពលកម្ម ដែលជាគុណសម្បត្តិដ៏សំខាន់មួយរបស់កម្ពុជា បាន និងកំពុងកើនឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ ដើម្បីធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវខ្សែច្រវាក់តម្លៃនៃGFT កម្ពុជាចាំបាច់ត្រូវលើកកម្ពស់ជំនាញកម្លាំងពលកម្ម និងវិនិយោគលើគ្រឿងម៉ាស៊ីន និងដំណើរការធុរកិច្ច។[38]

ប្រភេទធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង	ពិពណ៌នា	ឧទាហរណ៍
ច្រក	ទទួលបានជំនាញថ្មីដោយបម្រើអ្នកទិញថ្មី ឬទីផ្សារ ដែលជាញឹកញាប់នៅក្នុងទីផ្សារក្នុងស្រុក ឬក្នុងតំបន់ដែលកំពុងរីកចម្រើន។	ការនាំចេញទៅសហភាពអឺរ៉ុប អាម៉េរិក ចិន ជប៉ុន កាណាដា
ផលិតផល	ប្តូរទៅផលិតផលស្មុគស្មាញជាងមុន ឬពង្រីកសមត្ថភាព	ផលិតផលិតផលធ្វើដំណើរ និងកាបូបបន្ថែមពីលើសម្លៀកបំពាក់
ដំណើរការ	កាត់បន្ថយថ្លៃចំណាយ បង្កើនផលិតភាព និងកែលម្អភាពបត់បែនដោយការវិនិយោគលើគ្រឿងម៉ាស៊ីន ឬបច្ចេកវិទ្យាភស្តុភារថ្មីៗឬប្រសើរជាងមុន។	កាត់បន្ថយថ្លៃចំណាយក្នុងផលិតកម្មដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផលិតកម្ម lean (lean production) ឬប្រព័ន្ធផែនការធនធានសហគ្រាស (ERP)
ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវមុខងារ	អ្នកផលិតទទួលបានទំនួលខុសត្រូវសម្រាប់សកម្មភាពបង្កើនតម្លៃបន្ថែម និងប្តូរទៅអ្នកផ្តល់សេវា។	កាត់ដេរ→CMT→OEM→ODM→OBM→Lead firm
សមាហរណកម្មក្នុងខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់	បង្កើតការភ្ជាប់ផលិតកម្មថយក្រោយនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់	កាត់ដេរ→វាយនភណ្ឌ→សរសៃអំបោះ→គ្រឿងម៉ាស៊ីន

Source: Baker, Le, Ngov & Sothea (2024). Value chain analysis of Cambodia's Garment, Footwear, and Travel Goods Global Report. ARISE+ Cambodia.[39]

៦. អនុសាសន៍

តារាងខាងក្រោមសង្ខេបអំពីភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយ ឱកាស និងកត្តាគម្រាមកំហែងដែលប៉ះពាល់ដល់វិស័យ GFT របស់កម្ពុជា និងអនុសាសន៍សម្រាប់រដ្ឋាភិបាល និងតួអង្គនានានៅក្នុងវិស័យ ដើម្បីទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីឱកាស និងទប់ទល់នឹងបញ្ហាប្រឈមដើម្បីជានាឱ្យមានកំណើនរយៈពេលវែងរបស់វិស័យនេះ។

S

ភាពខ្លាំង

កត្តា	សកម្មភាព
កំណើនជាបន្តនៃការផលិតនិងការវិនិយោគ GFT ក្នុងស្រុក	ការពង្រីកសមត្ថភាពទូទាំងខ្សែច្រវាក់តម្លៃដោយការអភិវឌ្ឍឧស្សាហកម្មគាំទ្រ (ក្រណាត់ ខ្សែរ៉ូត ឡេវ ស្លាក ការវេចខ្ចប់។ល។) និងសេវាកម្ម (ការរចនា ការចែកចាយ ការធ្វើទីផ្សារ)
ស្ថិរភាពនយោបាយ	ផ្សព្វផ្សាយអំពីមុខមាត់របស់កម្ពុជាទៅកាន់វិនិយោគិនបរទេសដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់ការវិនិយោគសក្តានុពល។
ការចំណាយទាបនៃការបង្កើត	បន្តផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់ការវិនិយោគក្នុងវិស័យដែលអនុគ្រោះ។
ក្របខ័ណ្ឌអំណោយផលសម្រាប់ FDI នៅក្នុងវិស័យ GFT	បញ្ចូលគ្នានូវការតម្រូវការផ្នែកនិរន្តភាព និងផ្នែកបៃតង សម្រាប់ការវិនិយោគ
ភាពអាចរកបាននៃកម្លាំងពលកម្ម	អនុវត្តកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈដើម្បីកែលម្អជំនាញកម្លាំងពលកម្ម ផលិតភាព និងតម្លៃបន្ថែម។
កំណើនការងារជាបន្ត និងផលិតភាពសរុប	រក្សាកំណើនដោយការបន្តបង្កើនជំនាញការងារ ការវិនិយោគលើមូលធនបច្ចេកវិជ្ជា និងការប្រើប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងការងារ។

W

ភាពខ្សោយ

កត្តា	សកម្មភាព
ម៉ូដដែលមានការផ្លាស់ប្តូរលឿន ការបញ្ជាទិញក្នុងចំនួនតិច	អភិវឌ្ឍសមត្ថភាពផ្ទៃក្នុងលើលទ្ធកម្ម ផលិតកម្ម និងការគ្រប់គ្រង ដើម្បីសម្របសម្រួលជាតុចូលច្រើន។
ការបង្កើនការតម្រូវផ្នែកនិរន្តរភាពដោយស្ម័គ្រចិត្ត និងជាកាតព្វកិច្ច	បង្កើនការយល់ដឹង និងសមត្ថភាពរាយការណ៍សម្រាប់ការតម្រូវផ្នែកនិរន្តរភាពដោយស្ម័គ្រចិត្ត និងជាកាតព្វកិច្ច។ លើកទឹកចិត្តការទទួលបានការបញ្ជាក់អំពីនិរន្តរភាព (ដូចជា LEEDS, LABS, ETP, Model Green Factory ។ល។) ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធផល និរន្តរភាព និងសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែងរបស់រោងចក្រផលិត។ បង្កើតតំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេសបៃតង(SEZs)។
ថ្លៃភស្តុភារខ្ពស់	ការកែលម្អនីតិវិធីគយ កិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្ម សមត្ថភាពភស្តុភារ និងការផ្សារភ្ជាប់
ថ្លៃអគ្គិសនីខ្ពស់	លើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍប្រភពថាមពលកកើតឡើងវិញ និងពន្លឺព្រះអាទិត្យនៅលើដំបូល។ កែលម្អការផ្សារភ្ជាប់ផ្នែកភស្តុភារ។
ភាពលំបាកក្នុងការដំឡើងដំបូលសូឡាដោយសារពន្ធខ្ពស់	កាត់បន្ថយពន្ធ និងផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់ការពង្រីកដំបូលពន្លឺព្រះអាទិត្យ។
ជំនាញនិងសមត្ថភាពនៅមានកម្រិត	ប្រើប្រាស់ស្វ័យប្រវត្តិកម្ម និងបច្ចេកទេសផលិតកម្មឆ្លាតវៃ ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធផល និងលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផល។ សម្រួលដំណើរការផលិតកម្ម និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពការប្រើប្រាស់ធនធានតាមរយៈគោលការណ៍ផលិតកម្មlean។

O

ឱកាស

កត្តា	សកម្មភាព
តម្រូវការកើនឡើងនៅក្នុងទីផ្សារសំខាន់ៗ	ការបញ្ចូលគ្នានៃអ្នកលក់និងអ្នកទិញអន្តរជាតិជាយុទ្ធសាស្ត្រ
បង្កើនការទិញទំនិញតាមអនឡាញជាពិសេសនៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម	លើកកម្ពស់បរិវត្តឌីជីថលសម្រាប់រោងចក្រផលិត GFT និងអ្នកចែកចាយ/អ្នកលក់រាយ
ម៉ូដដែលមានការផ្លាស់ប្តូរលឿន ការបញ្ជាទិញក្នុងចំនួនតិច	អភិវឌ្ឍសមត្ថភាពផ្ទៃក្នុងលើលទ្ធកម្ម ផលិតកម្ម និងការគ្រប់គ្រង ដើម្បីសម្របសម្រួលជាតុចូលច្រើន។
ការបង្កើនការតម្រូវផ្នែកនិរន្តរភាពដោយស្ម័គ្រចិត្ត និងជាកាតព្វកិច្ច	បង្កើនការយល់ដឹង និងសមត្ថភាពរាយការណ៍សម្រាប់ការតម្រូវផ្នែកនិរន្តរភាពដោយស្ម័គ្រចិត្ត និងជាកាតព្វកិច្ច។ លើកទឹកចិត្តការទទួលបានការបញ្ជាក់អំពីនិរន្តរភាព (ដូចជា LEEDS, LABS, ETP, Model Green Factory ។ល។) ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធផល និរន្តរភាព និងសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែងរបស់រោងចក្រផលិត។ បង្កើតតំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេសបៃតង (SEZs)។
ការច្នៃប្រឌិតក្នុងការផលិត (ស្វ័យប្រវត្តិកម្ម ការផលិតឆ្លាតវៃ ឌីជីថល AI)	លើកកម្ពស់ការទទួលយកដំណោះស្រាយផលិតកម្មប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មី។

T

ការគំរាមកំហែង

កត្តា	សកម្មភាព
ការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងពីអ្នកនាំចេញ GFT ផ្សេងៗទៀត	បង្កើនផលិតភាព និងកាត់បន្ថយថ្លៃដើមផលិតកម្មដើម្បីរក្សាភាពប្រកួតប្រជែង
ភាពមិនប្រាកដប្រជាដែលកើតចេញពីក្តីបារម្ភអំពីអាកាសធាតុ បញ្ហាភូមិសាស្ត្រនយោបាយ សេដ្ឋកិច្ចខ្សោយដែលប៉ះពាល់ដល់តម្រូវការ	ធ្វើពិពិធកម្មទីផ្សារនាំចេញ ដៃគូអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងបណ្តាញកស្តុភារ
បាត់បង់ការអនុគ្រោះពន្ធសម្រាប់ LDC បន្ទាប់ពីចាកចេញពីស្ថានភាពជា LDC	រក្សាសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែងតាមរយៈយុទ្ធសាស្ត្រគុណភាព និងការធ្វើឱ្យមានភាពខុសគ្នា

ប្រភព: ការចងក្រងរបស់អ្នកនិពន្ធ

ឯកសារយោង

[1]RGC (2022). Cambodia Garment, Footwear and Travel Goods (GFT) Sector Development Strategy 2022-2027, s.l.: Supreme National Economic Council.; TAFTAC (2023). Cambodia Garment, Footwear and Travel Goods (GFT) Sector Brief. September 2023.

[2] TAFTAC, 2022. Cambodia Garment, Footwear and Travel Goods Sector Brief.

[3] Ana Nicolaci da Costa (2019, November 13). Xinjiang cotton sparks concern over 'forced labour' claims. BBC; Alix Kroeger (2021, 26 March). Xinjiang cotton: How do I know if it's in my jeans? BBC; Also BBC (2021, 26 March). Xinjiang cotton: Western clothes brands vanish as backlash grows.

[4] Aung Naing (2022, October 20). More international clothing companies pull out of Myanmar's factories, citing deteriorating labour conditions. Myanmar Now; Nikkei Aisa (2023, March 30). Uniqlo owner joins clothiers exiting Myanmar.

[5] Fibre2Fashion (2024, August 14). Crisis in Bangladesh: A turning point for global apparel supply chains.

[6] Statista (2024). Apparel - Worldwide | Statista Market Forecast

[7] Statista (2024). Footwear - Worldwide | Statista Market Forecast

[8] Statista (2024). Footwear - Worldwide | Statista Market Forecast

[9] Statista (2024). Footwear - ASEAN | Statista Market Forecast; Apparel - ASEAN | Statista Market Forecast

[10] McKinsey (2024). The State of Fashion 2024. BoF & McKinsey & Co.

[11] McKinsey (2021). What tech innovation means for the business of fashion.

[12] Olwoch, M.A., Sonnenberg, N.C., Reis, T.L., Taljaard-Swart, H. (2023). Consumers' Sustainable Clothing Consumption Practices: Adopting the Principles of Voluntary Simplicity. In: Muthu, S.S. (eds) Consumer Awareness and Textile Sustainability . Sustainable Textiles: Production, Processing, Manufacturing & Chemistry. Springer.

[13] Companies like Inditex (Zara), headquartered in Spain with a design team of 300 people, can get a new item of clothing designed and into its more than 6,340 stores in as little as two weeks.

[14] McKinsey (2024). Ibid.

[15] McKinsey (2020). The State of Fashion 2020.

[16] McKinsey (2024). Ibid.

[17] Circularity refers to an economic system aiming to eliminate waste and pollution, lengthen product lifecycles, promote the continual use of resources and minimise resource inputs. See (McKinsey, 2023; Ellen MacArthur Foundation, n.d.).

[18] This list focuses on regulatory requirements relevant to the GFT sector and is not exhaustive.

[19] OECD, 2018. OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains in the Garment and Footwear Sector, s.l.: Organisation for Economic Cooperation and Development; UNECE (n.d.). Traceability for Sustainable Garment and Footwear.

[20] Balsanek, K. et al., 2023. EU's Corporate Sustainability Reporting Directive: What US companies need to know; European Commission, 2023. Corporate sustainability reporting.

[21] To find out more about HREDD topics please visit: https://rbh-eurochamcambodia.com/

[22] US Customs and Border Protection (n.d.). Uyghur Forced Labor Prevention Act.

[23] White & Case (2022, 28 June). US Authorities Begin Enforcement of Uyghur Forced Labor Prevention Act and Issue Guidance for Importers.

[24] Achim Berg (2022). How current global trends are disrupting the fashion industry. McKinsey; Smith, P. (2024). Global apparel market - statistics & facts. Statista.

[25] Paul Baker (2022). UK's Trade Approach Towards Developing Countries. Written evidence to UK International Trade Committee.

[26] Gov.uk (2023). Preference tiers under the Developing Countries Trading Scheme.

[27] National Bank of Cambodia (2024). Macroeconomic and Banking Sector Development in 2023 and Outlook for 2024 by the National Bank of Cambodia, 29 January 2024.

[28] Prakas (283/23 on the Determination of Minimum Wage for Workers in the Garment and Textile, Footwear, and Travel Product and Bag (GFT) Sectors issued by the Ministry of Labor and Vocational Training (MLVT) on September 29, 2023 (B2B Cambodia, 2023).

[29] Fresh News Asia (2023). PM Hun Manet: Current Minimum Wage in Cambodia is Higher than in Some Countries in the Region.

[30] *Care should be taken in comparing the minimum wage of a sector (such as GFT in Cambodia) to the average GDP per capita of a country across all sectors. The GFT sector is a major source of foreign exchange revenue for Cambodia, and the GFT sector is a more tradeable sector than most other sectors of an economy, such that the wages are likely to be higher than (less tradable sectors) of an economy. Nevertheless, the comparison of the minimum wage across ASEAN countries, comparative to national GDP per capita, appears relatively higher in Cambodia.*

[31] *Calculated as GDP at constant basic prices per worker.*

[32] *To graduate, countries must meet two out of three criteria: GNI per capita of US$ 1,306 or more, a Human Assets Index (HAI) of 66 or higher, and an Environmental Vulnerability Index (EVI) of 32 or lower in two consecutive reviews. See UN DESA (2024). The Least Developed Country Category: 2024 Country Snapshots. April*

[33] *The US GSP scheme expired on December 31, 2020. Although the program has expired, U.S. Customs and Border Protection (CBP) has instructed importers to continue flagging GSP-eligible products on import documents so that it may automate duty refunds if Congress retroactively reauthorizes the program. Congress has typically applied the retroactivity from the day after the program expired to when the reauthorization came into effect. See Congressional Research Service (2023). Generalized System of Preferences (GSP): Overview and Issues for Congress.*

[34] *ITC (2024). ITC Trade Briefs.*

[35] *ITC (2024). ITC Trade Briefs.*

[36] *Tariffs are calculated simple average ad valorem equivalents.*

[37] *Baker, P. (2021). Impact of LDC Graduation on the Textiles and Clothing Sector. LDC Graduation and the WTO: Assisting LDCs to Address the Trade-Related Implications of Graduation from LDC Status.*

[38] *World Bank (2019). Cambodia Economic Update. Recent Economic Developments and Outlook. Special Focus: Upgrading Cambodia in Global Value Chains.*

[39] *Baker, Le, Ngov & Sothea (2024). Value chain analysis of Cambodia's Garment, Footwear, and Travel Goods Global Report. ARISE+ Cambodia.*

ឯកសារអនុសាសន៍ស្តីពីនិរន្តរភាព (SRPs) សម្រាប់វិស័យ GFT កម្ពុជា

ដើម្បីគាំទ្រដល់ការដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍វិស័យ GFT របស់កម្ពុជា ដែលមានគោលបំណងជានាឱ្យមានបរិវត្តកម្មប្រកបដោយនិរន្តរភាពនៃឧស្សាហកម្មនេះ GIZ-FABRICតាងនាមឱ្យBMZកំពុងចូលរួមក្នុងកិច្ចសន្ទនាយ៉ាងទូលំទូលាយជាមួយដៃគូសាធារណៈ និងឯកជន ព្រមទាំងសង្គមស៊ីវិល ដើម្បីបង្កើតអនុសាសន៍សម្រាប់ការអនុវត្ត។ កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងទាំងនេះរួមមានកិច្ចសន្ទនាសាធារណៈ-ឯកជនជាបន្តបន្ទាប់ក្នុងឆ្នាំ2023 ដែលរៀបចំឡើងដោយមជ្ឈមណ្ឌលធុរកិច្ចប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ(RBH) ដែលជាផ្នែកមួយនៃសភាពាណិជ្ជកម្មអឺរ៉ុបប្រចាំនៅកម្ពុជា (EuroCham) និងគាំទ្រដោយសមាគមវិស័យ GFT របស់កម្ពុជា ដែលមានឈ្មោះថា TAFTAC ។

ជាលទ្ធផលនៃកិច្ចសន្ទនាជាបន្ត GIZ-FABRIC រួមជាមួយនឹងដៃគូមួយចំនួនរួមមាន CARE, RISE និងអ្នកជំនាញការ បានរៀបចំឯកសារអនុសាសន៍ស្តីពីនិរន្តរភាព (SRPs) សម្រាប់វិស័យGFTកម្ពុជា លើប្រធានបទដូចខាងក្រោម៖

SRPs ដែលត្រូវបានបោះពុម្ពផ្សាយ:

១. ការទប់ស្កាត់ការបៀតបៀននិងអំពើហិង្សាផ្អែកលើយេនឌ័រ(GBVH)នៅកន្លែងធ្វើការ មានគោលបំណងផ្តល់នូវអនុសាសន៍ជាយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាសំខាន់ៗពាក់ព័ន្ធនឹង GBVH នៅក្នុងឧស្សាហកម្មវាយនភណ្ឌកម្ពុជា។ ឯកសារពេញមាននៅគេហទំព័រ៖

https://asiagarmenthub.net/resources/2024/sustainability-recommendation-paper_gbvh.pdf/view

២. ការលើកកម្ពស់ការដាក់បញ្ចូលជនមានពិការភាពក្នុងវិស័យGFT មានគោលបំណងពង្រឹងបរិយាបន្ន និងឱកាសការងារស្មើគ្នានៅក្នុងវិស័យ GFT របស់កម្ពុជា។ ឯកសារពេញមាននៅគេហទំព័រ៖

https://asiagarmenthub.net/resources/2024/srp_inclusion.pdf/view

SRPs ដែលនឹងបោះពុម្ពនាពេលខាងមុខ៖ ឯកសារពេញមាននៅលើគេហទំព័រ Asia Garment Hub (AGH) និងគេហទំព័រ RBH

៣. ការលើកកម្ពស់ការគ្រប់គ្រងសំណល់វាយនភណ្ឌ និងការកែច្នៃឡើងវិញក្នុងវិស័យGFT [ខែកញ្ញា ឆ្នាំ 2024]

៤. ការបើកប្រាក់ឈ្នួលតាមប្រព័ន្ធឌីជីថលប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវក្នុងវិស័យGFT [ខែតុលា ឆ្នាំ 2024]

៥. ការលើកកម្ពស់ការរាយការណ៍ស្តីពីនិរន្តរភាពនៅក្នុងវិស័យGFT [ខែតុលា ឆ្នាំ 2024]

អ្នកនិពន្ធ **International Economics Consulting Ltd**
Paul Baker
Neetish Hurry
Loan Le

អ្នករួមចំណែក លោក ខេន លូ អគ្គលេខាធិការនៃTAFTAC
លោក Massimiliano Tropeano, EuroCham integrated Expert of GIZ
លោក Thomas Hesketh, TAFTAC integrated Expert of GIZ
លោក កាំង ម៉ូនីកា អគ្គលេខាធិការរងនៃTAFTAC
លោក Xavier Estupiñan, Regional Wage Specialist DWT Asia, ILO Bangkok

បោះពុម្ពដោយ **TAFTAC (សមាគមវាយនភណ្ឌ សម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរនៅកម្ពុជា)**
អាសយដ្ឋាន: តំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេសរ៉ូយ៉ាល់គ្រុបភ្នំពេញ ផ្លូវជាតិលេខ4 រាជធានីភ្នំពេញ កម្ពុជា
លេខទូរស័ព្ទរដ្ឋបាល: +855 23 622 8888
អ៊ីម៉ែលរដ្ឋបាល: info@taftac-cambodia.org
លេខទូរស័ព្ទទាន់ហេតុការ 1: +855 88 8122 133 (ខ្មែរនិងអង់គ្លេស)
លេខទូរស័ព្ទទាន់ហេតុការ 2: +855 88 8080 228 (ចិន)
អ៊ីម៉ែលការិយាល័យច្បាប់: legalteam@taftac-cambodia.org
គេហទំព័រ: https://www.taftac-cambodia.org/

EuroCham (សភាពាណិជ្ជកម្មអឺរ៉ុបប្រចាំកម្ពុជា)
អាសយដ្ឋាន: រាជធានីភ្នំពេញ កម្ពុជា អគារលេខ #30 មហាវិថីព្រះនរោត្តម អគារធនាគារ BRED ជាន់ទី៣
សង្កាត់ផ្សារថ្មី៣ ខណ្ឌដូនពេញ 12210 រាជធានីភ្នំពេញ កម្ពុជា
លេខទូរស័ព្ទ: +855 (0)23 96 41 41
អ៊ីម៉ែល: info@eurocham-cambodia.org
គេហទំព័រ: www.eurocham-cambodia.org

រចនាដោយ លឹម សុខអ៊ឹម

កាលបរិច្ឆេទ កញ្ញា ២០២៤