

របាយការណ៍សង្ខេបអំពីវិស័យ កាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរកម្ពុជា

GFT



ព្រឹត្តិបត្រព័ត៌មាន៖ លេខ៤
ខែ មីនា ឆ្នាំ២០២៥

សេចក្តីបដិសេធ

របាយការណ៍សង្ខេបនៃវិស័យនេះត្រូវបានរៀបចំដោយសមាគមរាយនភណ្ឌ សម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរនៅកម្ពុជា(TAFTAC) និងសភាពាណិជ្ជកម្មអឺរ៉ុបប្រចាំនៅកម្ពុជា(EUROCHAM) តាមរយៈការផ្តល់មូលនិធិពីមជ្ឈមណ្ឌលធុរកិច្ចប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ(RBH)។ ការងារនេះត្រូវបានអនុវត្តដោយក្រុមការងារមកពី International Economics Consulting Ltd. ដែលដឹកនាំដោយលោក Neetish Hurry (អ្នកជំនាញវិភាគទិន្នន័យជាន់ខ្ពស់) និងលោក Ria Roy (អ្នកសេដ្ឋកិច្ច)។

យើងសូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈកម្ពុជា ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា និងអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករ ដែលបានចែករំលែកទិន្នន័យ និងព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធ។ យើងសូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះការរួមចំណែក និងការផ្តល់យោបល់ដ៏មានតម្លៃរបស់៖ លោក Massimiliano Tropeano អ្នកជំនាញមកពី GIZប្រចាំនៅEUROCHAM លោក Thomas Hesketh អ្នកជំនាញមកពីGIZប្រចាំនៅTAFTAC លោកបណ្ឌិត ខេនលូ លោក MJ Kaing និងលោក ឆយ ឧត្តម (Oudom Chhoy) ក្រុមការងាររបស់TAFTAC។

ទស្សនៈ និងអនុសាសន៍ដែលបង្ហាញក្នុងរបាយការណ៍សង្ខេបនេះឆ្លុះបញ្ចាំងពីទស្សនៈរបស់អ្នកនិពន្ធ។ វាសំខាន់ដែលត្រូវកត់សម្គាល់ថា ទស្សនៈនិងអនុសាសន៍ទាំងនេះមិនបញ្ជាក់ពីការយល់ព្រម ឬបង្ហាញអំពីមតិយោបល់ ឬទស្សនៈរបស់អង្គការដែលរួមចំណែកផ្សេងទៀតចំពោះរបាយការណ៍សង្ខេបនេះ។ ការដាក់បញ្ចូលទស្សនៈ និងអនុសាសន៍ទាំងនេះ គឺដើម្បីការយល់ដឹង និងទស្សនវិស័យឧស្សាហកម្ម ដោយរួមចំណែកនូវបរិបទដើម្បីធ្វើឱ្យការបង្ហាញស្ថិតិមានលក្ខណៈអព្យាក្រឹត។ អ្នកនិពន្ធសូមស្វាគមន៍យ៉ាងកក់ក្តៅ និងអញ្ជើញគាត់ពាក់ព័ន្ធចូលរួមក្នុងកិច្ចសន្ទនាដែលមានលក្ខណៈស្ថាបនាលើអនុសាសន៍ទាំងឡាយដែលបានលើកឡើង ។

មាតិកា

	សេចក្តីសង្ខេប	06
1.	សេចក្តីផ្តើម	07
2.	និន្នាការសកលនៅក្នុងវិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរ	09
	កត្តាភូមិសាស្ត្រនយោបាយដែលប៉ះពាល់ដល់វិស័យ	09
	ការប្រើប្រាស់សកល	09
	និន្នាការផលិតកម្ម	10
	ពាណិជ្ជកម្មGFTសកល	13
3.	ទីផ្សារនាំចេញសំខាន់ៗរបស់កម្ពុជា	14
	សហភាពអឺរ៉ុប.....	18
	សហរដ្ឋអាមេរិក.....	20
	ចក្រភពអង់គ្លេស.....	21
	ប្រទេសជប៉ុន.....	22
	ប្រទេសកាណាដា.....	23
	ប្រទេសចិន	24
	អាស៊ាន.....	25
4.	ទស្សនវិស័យ	26
	ទស្សនវិស័យសេដ្ឋកិច្ច	26
	ប្រាក់ឈ្នួល	27
	វិនិយោគ	28
	ផលិតភាព	29
5.	ការផ្លាស់ប្តូរពន្ធរបស់សហរដ្ឋអាមេរិក	32
6.	អនុសាសន៍	34
	ឧបសម្ព័ន្ធទី 1៖ ចំណុចសំខាន់ៗពីការស្ទង់មតិ	38
	ឧបសម្ព័ន្ធទី 2៖ លទ្ធផលស្ទង់មតិកិច្ចប្រជុំម្ចាស់ម៉ាកស្តីពីបរិស្ថានលើកទី 7	41

បញ្ជីរូបភាពនិងតារាង

រូបភាព 1. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃវិស័យ GFT របស់កម្ពុជា៖ ក្រុមហ៊ុន និងនិយោជិត 8

រូបភាព 2. ការតម្រូវនៃកាតព្វកិច្ចត្រួតពិនិត្យគ្រប់ជ្រុងជ្រោយទូទាំងសក11

រូបភាព 3. ការនាំចេញGFTសកលក្នុងឆ្នាំ2023ដោយប្រទេសនីមួយៗ..... 13

រូបភាព 4. ប្រទេសនាំចេញGFTកំពូលចំនួន15ក្នុងពិភពលោកក្នុងឆ្នាំ2023 13

រូបភាព 5. តម្លៃនាំចេញGFTរបស់កម្ពុជានិងកំណើនពីឆ្នាំ2018-2024 14

រូបភាព 6. ចំណែកនៃការនាំចេញGFTនៅក្នុងការនាំចេញសរុបរបស់កម្ពុជាទៅពិភពលោ 15

រូបភាព 7. ទីផ្សារនាំចេញកំពូលនៃផលិតផលGFTរបស់កម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ2024 16

រូបភាព 8. ទីផ្សារនាំចេញកំពូលចំនួន15សម្រាប់GFTកម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ2024 16

រូបភាព 9. លទ្ធផលនាំចេញGFTរបស់កម្ពុជាតាមទីផ្សារ.....17

រូបភាព 10. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារសហភាពអឺរ៉ុប 18

រូបភាព 11. និន្នាការនាំចេញGFTទៅទីផ្សារអឺរ៉ុបសំខាន់ៗ..... 18

រូបភាព 12. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារអាមេរិក 20

រូបភាព 13. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារអង់គ្លេស21

រូបភាព 14. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារជប៉ុន 22

រូបភាព 15. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារកាណាដា 23

រូបភាព 16. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារចិន..... 24

រូបភាព 17. និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារអាស៊ាន..... 25

រូបភាព 18. អត្រាកំណើន GDP របស់កម្ពុជា..... 26

រូបភាព 19. ការផ្លាស់ប្តូរប្រាក់ឈ្នួលរបស់កម្មករនិយោជិតក្នុងវិស័យGFTកម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ2018-2024..... 27

រូបភាព 20. ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាធៀបនឹង GDP ក្នុងមនុស្សម្នាក់នៅក្នុងប្រទេសដែលត្រូវបានជ្រើសរើសក្នុងឆ្នាំ2024 28

រូបភាព 21. ការវិនិយោគនៅក្នុងវិស័យ GFT កម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ2018-2024..... 29

រូបភាព 22. កំណើនផលិតភាពរបស់កម្ពុជា..... 30

រូបភាព 23. ការពឹងផ្អែកការនាំចេញទៅលើទីផ្សារសហភាពអឺរ៉ុបនិងអាមេរិក និងអ្នកនាំចេញGFTសំខាន់ៗដទៃទៀត 32

រូបភាព 24. ប្រភពនាំចូលកំពូលចំនួន10សម្រាប់ HS 61-64 (សម្លៀកបំពាក់និងស្បែកដើង)សម្រាប់អាមេរិកក្នុងឆ្នាំ2024 .. 33

តារាង 1. ការនាំចេញGFTរបស់កម្ពុជានៅក្នុងទីផ្សារកំពូលចំនួន1017

តារាង 2. ពន្ធកម្មវិលកម្ពុជា អាមេរិកនៅក្នុងវិស័យGFT 33

សេចក្តីសង្ខេប

វិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរ (GFT) សកលត្រូវបានរំពឹងថានឹងបន្តកើនឡើង ក្នុងល្បឿនមួយល្អ ជាមួយនឹងកំណើនប្រចាំឆ្នាំ 2.6% ចន្លោះឆ្នាំ 2025 ដល់ឆ្នាំ 2029 ជាមួយនឹងប្រាក់ចំណូលផ្នែក សម្លៀកបំពាក់ឈានដល់ 1.8 ពាន់ពាន់លានដុល្លារ និងប្រាក់ចំណូលស្បែកជើងឈានដល់ 505.7 ពាន់លានដុល្លារនៅ ឆ្នាំ 2025 ។ ផ្នែកធំបំផុតនៅក្នុងឧស្សាហកម្មនេះគឺសម្លៀកបំពាក់ស្រ្តី ដែលមានទំហំ 963 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិកដែល ត្រូវបានការព្យាករណ៍សម្រាប់ឆ្នាំ 2025 ។

ទោះបីជាមានការព្យាករណ៍អំពីកំណើនក៏ដោយ ក៏ភាពមិនប្រាកដប្រជានៅតែមានដោយសារតែការរាំងស្ទះសេដ្ឋកិច្ចសកល មួយចំនួន ការបែកបាក់ភូមិសាស្ត្រ និងការផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបថរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់។ អ្នកប្រើប្រាស់នៅទូទាំងពិភពលោកនៅតែរងផលប៉ះពាល់ដោយកម្រិតអតិផរណាខ្ពស់ ដែលប៉ះពាល់ដល់តម្រូវការទូទៅ និងធ្វើឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ពិចារណាខ្លាំងអំពីតម្លៃមុនពេលទិញ។

ពិភពលោកបានកាត់ត្រាតម្លៃសរុបចំនួន 720 ពាន់លាន ដុល្លារអាមេរិកក្នុងការនាំចេញ GFT ទូទាំងពិភពលោក ក្នុងឆ្នាំ 2023។

- ▶ ប្រទេសចិនជាអ្នកនាំចេញកំពូល ដែលមានចំនួន 38% នៃការនាំចេញ GFT ពិភពលោក (ឬជិត 274.4 ពាន់ លានដុល្លារ) បន្ទាប់មកប្រទេសអ៊ីតាលី (8% ឬ 54.8 ពាន់លានដុល្លារ)។
- ▶ កម្ពុជាជាប់ចំណាត់ថ្នាក់ទី15 ក្នុងការនាំចេញ GFT ពិភពលោក និងទី3 ក្នុងតំបន់អាស៊ានក្នុងឆ្នាំ 2023 ដោយបង្កើតប្រាក់ចំណូលបាន 11 ពាន់លានដុល្លារ អាមេរិកក្នុងការនាំចេញ GFT និងស្មើ 2% នៃទីផ្សារ GFT សរុប ។

វិស័យ GFT នៅតែជាវិស័យសំខាន់ ដែលរួមចំណែកយ៉ាង សំខាន់ដល់សមិទ្ធផលសេដ្ឋកិច្ចរបស់កម្ពុជា។

- ▶ ចំនួនក្រុមហ៊ុន GFT សរុបបានពង្រីកពី 1,192 ក្នុងឆ្នាំ 2020 ដល់ 1,555 ក្រុមហ៊ុនក្នុងឆ្នាំ 2024។
- ▶ ក្នុងឆ្នាំ 2024 វិស័យនេះបានបង្កើតការងារដោយ ផ្ទាល់ដល់កម្មករជាង 918,000 នាក់ និងផ្តល់អត្ថ ប្រយោជន៍ដោយប្រយោលដល់ប្រជាពលរដ្ឋពី 2.5 ទៅ 3 លាននាក់។
- ▶ កម្មករជាស្រ្តីមានចំនួន 75.6% នៃបុគ្គលិកទាំងអស់ នៅក្នុងវិស័យនេះ។

នៅឆ្នាំ 2024 កម្ពុជាបាននាំចេញផលិតផល GFT សរុប 13.6 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក កើនឡើងជាង 24% បើ ធៀបនឹងឆ្នាំ 2023។ សហរដ្ឋអាមេរិក (US) សហភាព អឺរ៉ុប (EU) ជប៉ុន កាណាដា ចក្រភពអង់គ្លេស ចិន និង អាស៊ាន ជាទីផ្សារនាំចេញកំពូលនៃផលិតផល GFT របស់ កម្ពុជា។

- ▶ នៅឆ្នាំ 2024 ទីផ្សារអាមេរិកមានចំនួនជាង 5.2 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក ឬ 38.5% នៃប្រាក់ចំណូល នាំចេញសរុបរបស់ព្រះរាជាណាចក្រក្នុងឆ្នាំ 2024 ។
- ▶ សហភាពអឺរ៉ុបជាអ្នកនាំចូលដ៏សំខាន់បំផុតទីពីរនៃ GFT របស់កម្ពុជា ដែលមានចំនួនជិត 3.8 ពាន់លាន ដុល្លារអាមេរិក (ឬ 28%) នៃប្រាក់ចំណូលនាំចេញ GFT ឆ្នាំ 2024 ។
- ▶ ទីផ្សារនាំចេញ GFT កំពូលផ្សេងទៀតរបស់កម្ពុជា ក្នុងឆ្នាំ 2024 គឺប្រទេសជប៉ុន (11 ពាន់លានដុល្លារ) កាណាដា (956 លានដុល្លារ) ចក្រភពអង់គ្លេស (858 លានដុល្លារ) ចិន (314 លានដុល្លារ) និងអាស៊ាន (225 លានដុល្លារ)។
- ▶ វិស័យ GFT នៅតែមានសារៈសំខាន់សម្រាប់សេដ្ឋកិច្ច របស់កម្ពុជា ដែលស្មើនឹង 52.1% នៃការនាំចេញសរុប ក្នុងឆ្នាំ 2024 ។ វិស័យកាត់ដេរបានដឹកនាំវិស័យនេះ ជាមួយនឹងចំណែក 38.2% បន្ទាប់មកគឺផលិតផល ធ្វើដំណើរ 7.5% និងស្បែកជើង 6.4% ។

1. សេចក្តីផ្តើម

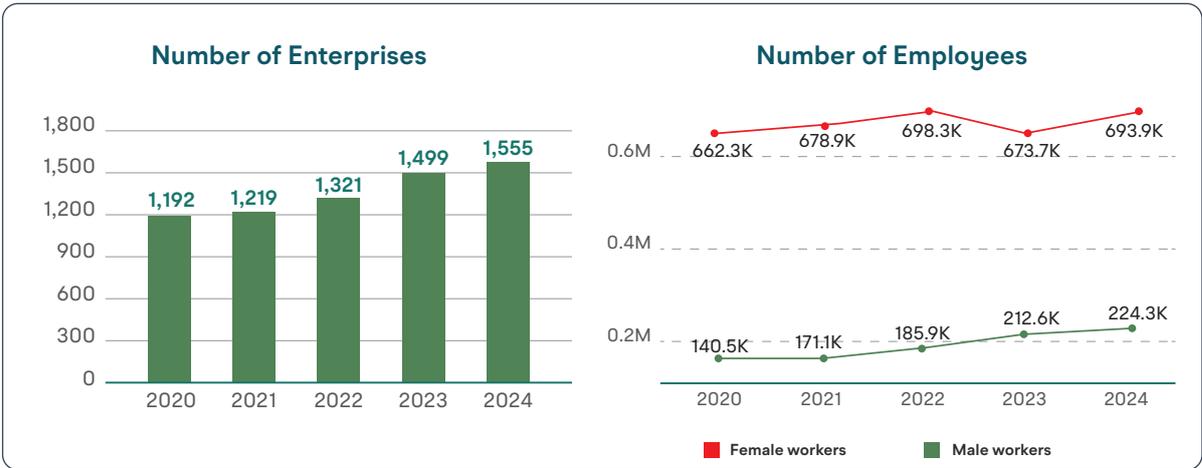


វិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរ (GFT) បានចូលរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ចំពោះសមិទ្ធិផលសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសកម្ពុជាក្នុងរយៈពេលពីរទសវត្សរ៍កន្លងមកនេះ។ ស្តីរភាពនយោបាយ ប្រាក់ឈ្នួល និងថ្លៃដើមផលិតកម្មដែលមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែង ការទទួលបានភាពអនុគ្រោះពាណិជ្ជកម្ម និងបរិយាកាសវិនិយោគអំណោយផលគឺជាអត្ថប្រយោជន៍របស់វិស័យនេះ ដែលធ្វើឱ្យវិស័យនេះរីកចម្រើន និងក្លាយជាសសរស្តម្ភនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ច។ យោងតាមយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍វិស័យ GFT របស់កម្ពុជាឆ្នាំ 2022-2027 សម្លៀកបំពាក់នៅតែរក្សាបានជាង 70% នៃចំណែកនៃការនាំចេញឧស្សាហកម្មចាប់តាំងពីឆ្នាំ 2009 ខណៈកម្ពុជាក៏បានធ្វើពិពិធកម្មការនាំចេញរបស់ខ្លួនផងដែរ ដោយនាំចេញផលិតផលដូចជាកង់ គ្រឿងបន្លាស់រថយន្ត និងគ្រឿងបន្លាស់អេឡិចត្រូនិក។ លើសពីនេះ ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរ (ឬកាបូប) ដូចជា វ៉ាលី កាបូបស្ពាយ កាបូបយួរ និងកាបូបដាក់លុយ ទៅកាន់ទីផ្សារសហរដ្ឋអាមេរិក មានការរីកចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ។

ចំនួនរោងចក្រ សហគ្រាសដែលផលិតសម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរបានបន្តកើនឡើង។ ក្នុងអំឡុងឆ្នាំ 2020-2024 ចំនួនក្រុមហ៊ុន GFT សរុបបានកើនឡើងពី 1,192 ក្នុងឆ្នាំ 2020 ដល់ 1,555 ក្រុមហ៊ុន នៅឆ្នាំ 2024។ ទាំងនេះរួមមានទាំងរោងចក្រនាំចេញ និងរោងចក្រនិងសហគ្រាសជួលផលិតបន្ត ដែលបម្រើដល់ផលិតកម្មរបស់រោងចក្រនាំចេញ ដូចជា បោកគក់ ប៉ាក់ ជ្រលក់ពណ៌ ដេរ រេចខ្ទប់ ជាដើម។ វិស័យនេះបានបង្កើតការងារដោយផ្ទាល់សម្រាប់កម្មករនិយោជិតជាង 918,000 នាក់ក្នុងឆ្នាំ 2024 ហើយត្រូវបានគេប៉ាន់ប្រមាណថាបានផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដោយប្រយោលដល់ប្រជាជនពី 2.5 ទៅ 3 លាននាក់។ កម្មករនិយោជិតស្រីមានចំនួន 75.6% នៃបុគ្គលិកទាំងអស់នៅក្នុងវិស័យនេះក្នុងឆ្នាំ 2024។

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.

រូបភាព ១: ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃវិស័យ GFT របស់កម្ពុជា៖ ក្រុមហ៊ុន និងនិយោជិត



ប្រភព៖ ក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ

មានបញ្ហាមួយចំនួនដែលប្រឈមដោយវិស័យ GFT របស់កម្ពុជា។ វិស័យនេះត្រូវបានរងផលប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងដោយការផ្ទុះឡើងនៃជំងឺកូវីដ-19 ក្នុងឆ្នាំ 2020 ដោយការទំនាច់បានធ្លាក់ចុះ 10% ក្នុងឆ្នាំ 2020 បើធៀបនឹងឆ្នាំ 2019។ ខណៈដែលការទំនាច់នៅឆ្នាំ 2021-2024 បានងើបឡើងវិញចាប់តាំងពីពេលនោះមក វិស័យ GFT ត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាផ្សេងទៀត ជាពិសេសការពិចារណាលើការចាកចេញពីស្ថានភាពជាប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍តិចតួច(LDC) ការធ្លាក់ចុះចំណង់ចំណូលចិត្តនៅក្នុងទីផ្សារទំនាច់ ព្រមទាំងការផ្លាស់ប្តូរតម្រូវការនៅក្នុងទីផ្សារគោលដៅ។

របាយការណ៍សង្ខេបដែលចេញពីរដ្ឋក្នុងមួយឆ្នាំនេះ ផ្តល់ការយល់ដឹងអំពីស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ននៃវិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរ (GFT) នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ វាផ្តោតលើការអនុវត្ត និងនិន្នាការដែលបានសង្កេតនៅក្នុងវិស័យរហូតដល់ត្រីមាសទី 4 ឆ្នាំ 2024 ដែលទិន្នន័យអាចរកបាន។ ការវិភាគនេះពិចារណាលើបរិបទសកល និងបញ្ហាដែលវិស័យនេះប្រឈម រួមទាំងបញ្ហាប្រឈម និងឱកាសរបស់កម្ពុជាដែលកើតចេញពីការផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយពាណិជ្ជកម្មរបស់សហរដ្ឋអាមេរិក និងការដំឡើងពន្ធជាបន្តបន្ទាប់ដោយសហរដ្ឋអាមេរិក។

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

2. និន្នាការសកលនៅក្នុងវិស័យ កាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរ

កត្តាភូមិសាស្ត្រនយោបាយដែលប៉ះពាល់ដល់វិស័យ

កត្តាភូមិសាស្ត្រនយោបាយខាងក្រៅមួយចំនួនបានកើតឡើងក្នុងប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ដែលធុរកិច្ចលម្អិតលម្អន់លំហូរ នៃការបញ្ជាទិញ ដែលផ្តល់ប្រយោជន៍ដល់ប្រទេសកម្ពុជារហូតមកដល់ពេលនេះរួមមាន៖

- ▶ ការដំឡើងពន្ធគយរបស់អាមេរិកទៅលើប្រទេសមីកស៊ីកូ កាណាដា និងចិន ដែលនាំឱ្យមានការធ្វើពិពិធកម្មពាណិជ្ជកម្ម សម្រាប់អ្នកនាំចេញសម្លៀកបំពាក់កម្ពុជា ដែលជំរុញឱ្យម្ចាស់ម៉ាកសកលពន្លឿនយុទ្ធសាស្ត្រពិពិធកម្ម«ចិន+១»របស់ ពួកគេផងដែរ ដែលផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដល់កម្ពុជា។³
- ▶ ការកាត់បន្ថយហានិភ័យពីប្រទេសចិនដោយម៉ាកល្បីៗ និងអ្នកលក់វាយ (ដូចជា H&M, Esprit, Nike, Adidas) ត្រូវបានជំរុញដោយតម្រូវការអនុលោមតាម UFLPA និងចៀសវាងហានិភ័យផ្នែកច្បាប់ និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះទាក់ទងនឹង ការចោទប្រកាន់ថាមានការងារដោយបង្ខំ។⁴
- ▶ វិបត្តិមីយ៉ាន់ម៉ាដែលបានចាប់ផ្តើមក្នុងខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ2021 បានផ្លាស់ប្តូរការបញ្ជាទិញទៅកាន់ប្រទេសផលិត សម្លៀកបំពាក់ ផ្សេងទៀត រួមទាំងប្រទេសកម្ពុជាផងដែរ។ ទោះបីជាការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់របស់ប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ាបានស្ទើរដើមឡើង វិញនៅឆ្នាំ 2022 ក៏ដោយ ក៏ការព្រួយបារម្ភអំពីសិទ្ធិមនុស្សនិងការងារបាននាំឱ្យក្រុមហ៊ុនម៉ាកអន្តរជាតិ រួមទាំងក្រុមហ៊ុន លក់វាយរហ័សរបស់ប្រទេសជប៉ុន (UNIQLO) និងក្រុមហ៊ុនយក្សរបស់ចក្រភពអង់គ្លេស Marks & Spencer ដកខ្លួនចេញពីរោងចក្ររបស់ប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ា។⁵
- ▶ ភាពចលាចលនយោបាយនាពេលថ្មីៗនេះនៅក្នុងប្រទេសបង់ក្លាដែស ដែលជាអ្នកផលិតសម្លៀកបំពាក់ធំជាងគេ ទី2 ទំនងជានឹងធ្វើឱ្យមានបង្វែរការបញ្ជាទិញទៅអ្នកផលិតសម្លៀកបំពាក់ផ្សេងៗទៀត។ នេះអាចផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ ជាពិសេសដល់វិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់នៅកម្ពុជា ជាមជ្ឈមណ្ឌលផលិតកម្មជំនួស។⁶
- ▶ ដោះស្រាយរបស់ប្រទេសអេស្ប៉ាញនៅក្នុងតំបន់ Tigray ដែលបានចាប់ផ្តើមនៅក្នុងខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ2020 បានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់យ៉ាង ខ្លាំងដល់រន្ធសាព្វនយោបាយពេលមួយទសវត្សរបស់ប្រទេសអេស្ប៉ាញក្នុងវិស័យកាត់ដេរ។ ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ និង ស្បែកជើងរបស់ប្រទេសអេស្ប៉ាញបានកើនឡើងពី 20 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2010 ដល់ 151 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2020 ដោយបានចុះបញ្ជីអត្រាកំណើនប្រចាំឆ្នាំ (CAGR) ចំនួន 25.2% ។ ចាប់តាំងពីឆ្នាំ 2020 ការនាំចេញបានធ្លាក់ចុះ មកត្រឹមតែជាង 101 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ។

ការប្រើប្រាស់សកល

វិស័យ GFT សកលត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងបន្តកំណើនយ៉ាងល្អក្នុងរយៈពេល 5 ឆ្នាំខាងមុខ។

- ▶ នៅឆ្នាំ2025 ប្រាក់ចំណូលនៅក្នុងទីផ្សារសម្លៀកបំពាក់ទូទាំងពិភពលោកត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងកើនឡើងដល់ 1.8 ពាន់ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក ជាមួយនឹងអត្រាកំណើនប្រចាំឆ្នាំ(CAGR) 2.6% ចន្លោះពីឆ្នាំ2025 ដល់ឆ្នាំ2029។ ការព្យាករណ៍សម្រាប់ឆ្នាំ2029 បង្ហាញថា បរិមាណនៅក្នុងទីផ្សារសម្លៀកបំពាក់ត្រូវបានគេព្យាករណ៍ថានឹងឈានដល់ 198.4 ពាន់លានបំណែក។ ផ្នែកដ៏ធំបំផុតនៅក្នុងវិស័យនេះគឺសម្លៀកបំពាក់របស់ស្ត្រី ជាមួយនឹងបរិមាណទីផ្សារចំនួន 963 ពាន់លានដុល្លារត្រូវបានព្យាករណ៍ត្រឹមឆ្នាំ 2025 ។⁸
- ▶ ទីផ្សារស្បែកជើងសកលត្រូវបានព្យាករណ៍ថានឹងបង្កើតប្រាក់ចំណូលចំនួន 505.7 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2025 ជាមួយនឹងCAGR 2.4% ចន្លោះឆ្នាំ 2025-2029 ។ បរិមាណនៅក្នុងទីផ្សារស្បែកជើងត្រូវបានគេប៉ាន់ប្រមាណ ថានឹងឈានដល់ 14.9 ពាន់លានគូត្រឹមឆ្នាំ 2029 ។ ផ្នែកស្បែកជើងកងទទួលបានបរិមាណទីផ្សារធំបំផុតចំនួន 190.3 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2025 ។⁹
- ▶ សម្លៀកបំពាក់មិនប្រណិតគ្រប់គ្រងទីផ្សារ 94% និងស្បែកជើងមិនប្រណិត គ្រប់គ្រងទីផ្សារ 92% នៃប្រាក់ចំណូល សរុប។¹⁰
- ▶ សហរដ្ឋអាមេរិកបង្កើតប្រាក់ចំណូលដ៏ធំបំផុតនៅទូទាំងពិភពលោកសម្រាប់សម្លៀកបំពាក់ជាមួយនឹងតម្លៃទីផ្សារ ប៉ាន់ស្មានចំនួន 366 ពាន់លានដុល្លារ ហើយប្រទេសចិននាំមុខទីផ្សារពិភពលោកទាក់ទងនឹងតម្លៃទីផ្សារសម្រាប់ ស្បែកជើងចំនួន 120 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2025។ នៅទូទាំងអាស៊ាន ទីផ្សារសម្លៀកបំពាក់ត្រូវបានគេព្យាករណ៍ ថានឹងឈានដល់ 52,4 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក និង 22,9 ពាន់លានដុល្លារសម្រាប់ស្បែកជើងនៅឆ្នាំ 2025។¹¹

ទោះបីជាមានការព្យាករណ៍អំពីកំណើនក៏ដោយ ក៏ភាពមិនប្រាកដប្រជាទៅតែមានដោយសារតែការរីកស្ទុះសេដ្ឋកិច្ចសកល វិសមភាពភូមិសាស្ត្រ និងការផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបថ និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់។ អ្នកប្រើប្រាស់នៅទូទាំងពិភពលោកនៅតែរងផលប៉ះពាល់ដោយកម្រិតអតិផរណាខ្ពស់ ដែលធ្វើឱ្យពួកគេពិបាកខ្លាំងអំពីតម្លៃមុនពេលទិញ។¹²

ទិន្នាការផលិតកម្ម

ក្រៅពីទិន្នាការផលិតកម្មសម្រាប់ការបញ្ជាទិញក្នុងចំនួនតិច (Small Batches) និងម៉ូដដែលមានការផ្លាស់ប្តូរលឿន (Fast Fashion) វិស័យGFTសកលក៏កំពុងទទួលបានការច្នៃប្រឌិតដូចជាគោលគំនិតនៃឧស្សាហកម្ម 4.0 រាយនកណ្តាឆ្លាតវៃ និងកម្មវិធី Generative AI (បញ្ញាសិប្បនិម្មិត)ផងដែរ។ ការផលិតឆ្លាតវៃ និងការបង្កើត AI កំពុងធ្វើបដិវត្តដំណើរការផលិតកម្ម និងកែលម្អការសម្របខ្លួនទៅនឹងការផ្លាស់ប្តូរម៉ូដយ៉ាងលឿន។

- គោលគំនិតនៃឧស្សាហកម្ម 4.0 កំពុងតែកើនឡើងជាមួយនឹងការពិភាក្សាជុំវិញស្វ័យប្រវត្តិកម្ម និងសក្តានុពលក្នុងការនាំមកនូវការបន្ថែមតម្លៃដល់វិស័យ GFT តាមរយៈការបង្កើនផលិតភាព និងកំណើនសេដ្ឋកិច្ច ការបង្កើតការងារថ្មី ការកែលម្អលក្ខខណ្ឌការងារ និងការទទួលបានទំនិញ និងសេវាកម្មកាន់តែប្រសើរឡើង។ ការប្រើប្រាស់ឧស្សាហកម្ម 4.0 សម្រាប់វិស័យ GFT រួមមានការប្រើប្រាស់ម៉ាស៊ីនដេរឆ្លាតវៃ និងមនុស្សយន្ត IoT ការគ្រប់គ្រងខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់។¹³
- រាយនកណ្តាឆ្លាតវៃ រួមបញ្ចូលធាតុផ្សំអេឡិចត្រូនិកទៅក្នុងផលិតផលរាយនកណ្តាប្រចាំថ្ងៃ ដោយភ្ជាប់ជាមួយកម្មវិធីស្នាតហូរសម្រាប់ការចែករំលែកព័ត៌មានតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត។ ទំហំទីផ្សាររាយនកណ្តាឆ្លាតវៃសកលមានតម្លៃ 3.5 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ហើយត្រូវបានគេព្យាករណ៍ថានឹងឈានដល់ 21.5 ពាន់លានដុល្លារនៅឆ្នាំ 2033 ដោយតំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិកមានកំណើនលឿនបំផុត។¹⁴
- Generative AI មានសក្តានុពលខ្លាំងសម្រាប់ការច្នៃប្រឌិតក្នុងការរចនា GFT និងការអភិវឌ្ឍផលិតផល។ វាអាចបង្កើនល្បឿនដំណើរការរចនាដោយបំប្លែងគំនូរព្រាង មុខបត (mood boards) និងការរចនាប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិតផ្សេងទៀត។ ប្រអប់ទី១ ពិពណ៌នាអំពីការប្រើប្រាស់ Generative AI នៅក្នុងវិស័យកាត់ដេរសកល។

ប្រអប់ទី 1: ប្រើប្រាស់ករណីនៃ AI ជំនាន់ថ្មីនៅក្នុងវិស័យកាត់ដេរ

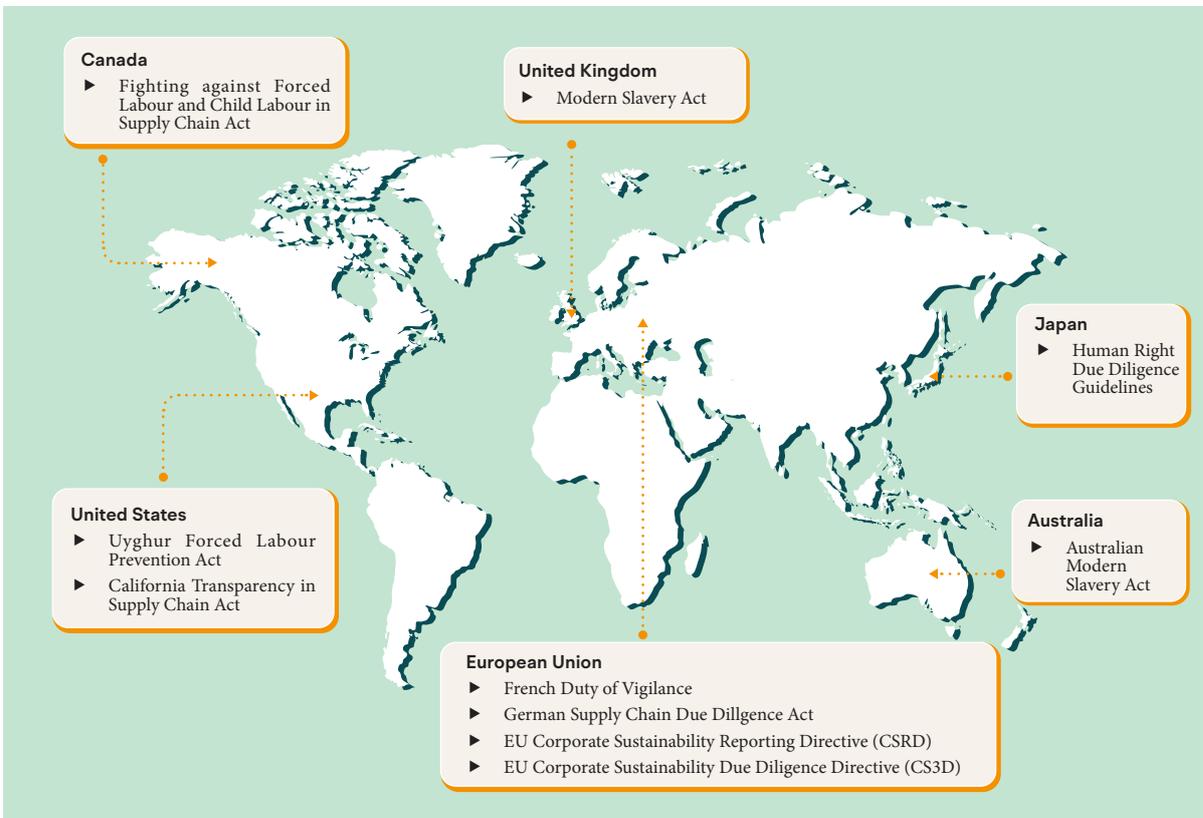
<p>មីលិនដាយស៊ីង និងផលិតផល</p> <p>បំប្លែងគំនូរព្រាង មុខបត និងការរចនាប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិតផ្សេងៗទៀត។</p> <p>បង្កើនគំនិតផលិតផលដោយសហការជាមួយភ្នាក់ងារ AI ដែលបង្កើតជម្រើសច្នៃប្រឌិត។</p> <p>ប្តូរផលិតផលតាមបំណងសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ម្នាក់ៗក្នុងចំនួនច្រើន។</p>	<p>ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ និងភស្តុភារ</p> <p>គាំទ្រការចរចាជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដោយការចងក្រងការស្រាវជ្រាវ។</p> <p>បង្កើនស្វ័យប្រវត្តិកម្មសម្រាប់ប្រតិបត្តិការឃ្នាំង និងការគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ណតាមរយៈការវិភាគតាមពេលវេលាដាក់ស្តុក។</p> <p>កែតម្រូវការផ្តល់ជូនត្រឡប់ទៅវិញនូវផលិតផលដោយផ្អែកតាមអ្នកប្រើប្រាស់ម្នាក់ៗ។</p>
<p>ការរួមចំណែកសេដ្ឋកិច្ច</p> <p>ក្នុងរយៈពេល 3-5 ឆ្នាំខាងមុខ យោងតាមការវិភាគរបស់ McKinsey បានឱ្យដឹងថា AI អាចបន្ថែមប្រមាណ 150 ពាន់លានដុល្លារនិងរហូតដល់ 275 ពាន់លានដុល្លារដល់ប្រាក់ចំណេញប្រតិបត្តិការរបស់ផ្នែកសម្លៀកបំពាក់ ម៉ូដ និងប្រណីត។</p>	<p>ទិន្នន័យ</p> <p>AI អាចជួយក្រុមហ៊ុនម៉ូដឱ្យមានទិន្នន័យបន្ថែមទៀត ដោយការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ និងដំណើរការផលិតរបស់ពួកគេ។ តាមរយៈការវិភាគទិន្នន័យ AI អាចកំណត់តំបន់នៃការកាត់បន្ថយកាកសំណល់ និងប្រសិទ្ធភាពថាមពល។</p>

Source: Author's compilation based on McKinsey, 2023. [Generative AI: Unlocking the future of fashion](#)

លក្ខខណ្ឌតម្រូវផ្នែកនិរន្តរភាពកើនឡើង ត្រូវបានជំរុញដោយការប្រើប្រាស់ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ និងក្តីបារម្ភ អំពីការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (សូមមើលប្រអប់ទី 2)។

- ▶ ការស្ទង់មតិ McKinsey (2020) បង្ហាញថា 66% នៃអ្នកឆ្លើយតប (និង 75% នៃអ្នកឆ្លើយតបដែលមានអាយុ ចន្លោះពីឆ្នាំ១៩៨១និង១៩៩៦) ពិចារណាអំពីបញ្ហានិរន្តរភាពនៅពេលធ្វើការទិញ។¹⁶
- ▶ លក្ខខណ្ឌតម្រូវផ្នែកនិរន្តរភាពជាភាគពួកវិជ្ជមានជំរុញឱ្យក្រុមហ៊ុនកាត់បន្ថយការបំពាយឧស្ម័នផ្ទះកញ្ចក់ និងកាត់បន្ថយ ខណៈពេលដែលការលើកកម្ពស់គំរូអាជីវកម្មវិលជុំ និងប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ និន្នាការនេះត្រូវបានទទួលយកដោយ ម៉ាកធំៗដូចជា Adidas, Gap, H&M, Levi's, Nike, Zara ជាដើម។
- ▶ សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនផលិតនៅកម្ពុជា វានឹងទាមទារឱ្យមានការវិនិយោគលើការបំពាយឧស្ម័នតិច និងសន្សំសំចៃថាមពល វិនិយោគលើថាមពលកើតឡើងវិញ និងឧបករណ៍បច្ចេកវិទ្យាស្នាម កាត់បន្ថយការបំពុល និងកាត់បន្ថយដោយ កាត់បន្ថយធនធានដែលបានប្រើប្រាស់ និងកែច្នៃឡើងវិញ និងប្រើប្រាស់ឡើងវិញ។

រូបភាព 2: ការតម្រូវនៃកាតព្វកិច្ចត្រួតពិនិត្យគ្រប់ជ្រុងជ្រោយទូទាំងសកល



ប្រអប់ 2: និន្នាការបទប្បញ្ញត្តិមួយចំនួនដែលប៉ះពាល់ដល់វិស័យ GFT

ការណែនាំអំពីកាតព្វកិច្ចគ្រប់គ្រងហានិភ័យរបស់ OECD សម្រាប់ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ប្រកបដោយ
ការទទួលខុសត្រូវនៅក្នុងវិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ និងស្បែកជើង និងអនុសាសន៍របស់ UNECE
លេខ 46 ស្តីពីការលើកកម្ពស់ការតាមដាន និងតម្លាភាពនៃខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ប្រកបដោយនិរន្តរភាពក្នុង
វិស័យកាត់ដេរសម្លៀកបំពាក់ និងស្បែកជើង លើកកម្ពស់ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ
និងតម្លាភាពក្នុងវិស័យ GFT ។¹⁸ ទាំងនេះមានគោលបំណងជួយក្រុមហ៊ុនកំណត់អត្តសញ្ញាណ និង
ដោះស្រាយការរំលោភបំពានផ្នែកការងារ និងសិទ្ធិមនុស្ស ផលប៉ះពាល់បរិស្ថាន និងហានិភ័យភ្នំភ្លើង។
ពួកគេក៏លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការទទួលយកគំរូអាជីវកម្មប្រកបដោយនិរន្តរភាពនិងចក្រា ដោយផ្តោតលើ
ការកាត់បន្ថយកាកសំណល់ សម្ភារៈកែច្នៃ និងអាយុកាលយូរអង្វែងនៃផលិតផល។

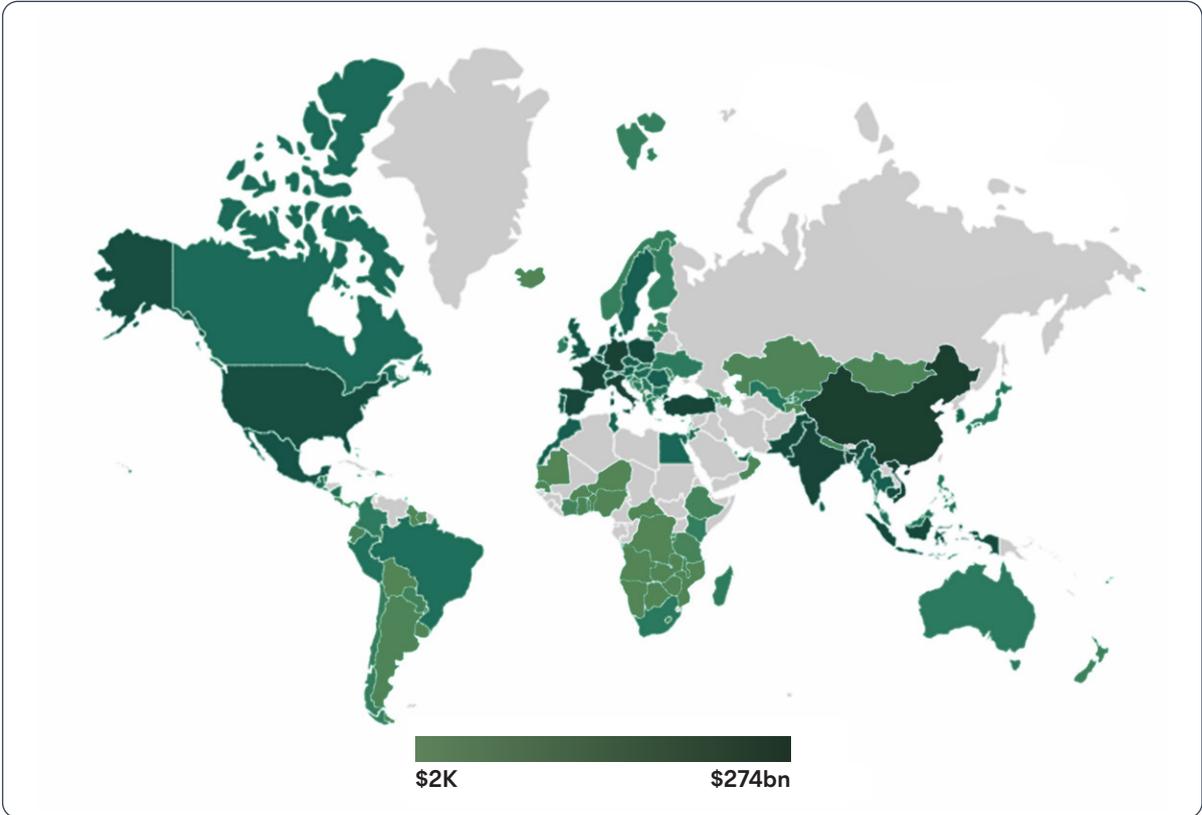
យុទ្ធសាស្ត្ររបស់សហភាពអឺរ៉ុបសម្រាប់វិស័យរាយនកណ្តាប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងរាងការងារ មាន
គោលបំណងបង្កើតវិស័យរាយនកណ្តាដែលមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែងជាងមុន ដោយកំណត់តម្រូវការ
រចនាសម្រាប់រាយនកណ្តា ការណែនាំព័ត៌មានច្បាស់លាស់ និងលិខិតឆ្លងដែនផលិតផលដីថល
ការណែនាំអំពីច្បាប់ទំនួលខុសត្រូវរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិតផ្នែកបន្ថែម ការរឹតបន្តឹងការនាំចេញកាកសំណល់
រាយនកណ្តា ការលើកទឹកចិត្តគំរូអាជីវកម្មរាងការងារ ក្នុងចំណោមដទៃទៀត។

សេចក្តីណែនាំស្តីពីការរាយការណ៍និរន្តរភាពសាជីវកម្ម (CSRD) របស់សហភាពអឺរ៉ុប ដែលត្រូវបាន
ដាក់ឱ្យអនុវត្តនៅថ្ងៃទី5 ខែមករា ឆ្នាំ2023 តម្រូវឱ្យមានការបង្ហាញព័ត៌មាននៅទូទាំងខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់
របស់ក្រុមហ៊ុនយោងទៅតាមស្តង់ដាររបាយការណ៍ស្តីពីនិរន្តរភាពអឺរ៉ុប (ESRS) ។¹⁹ ការរាយការណ៍
អំពីនិរន្តរភាពនឹងត្រូវតម្រូវឱ្យមានសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនកម្រិតសកលដែលមិនមានទីស្នាក់ការកណ្តាលនៅ
សហភាពអឺរ៉ុប ដែលមានបុគ្គលិកម្នាក់ ឬស្ថាននៅសហភាពអឺរ៉ុបយ៉ាងហោចណាស់មួយ ហើយមានកម្រិត
ចំណូលដែលបានកំណត់។ សេចក្តីណែនាំរបស់ EU ស្តីពីនិរន្តរភាពសាជីវកម្ម Due Diligence
(CS3D) គូសបញ្ជាក់អំពីកាតព្វកិច្ចគ្រប់គ្រងហានិភ័យសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនធំៗដើម្បីកំណត់ ទប់ស្កាត់
កាត់បន្ថយ និងទទួលខុសត្រូវចំពោះផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានលើសិទ្ធិមនុស្ស សិទ្ធិការងារ និងបរិស្ថានតាម
ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់សកល។

ច្បាប់ការពារការងារដោយបង្ខំលើជនជាតិអ៊ុយហ្គ័រ(Uyghur)របស់សហរដ្ឋអាមេរិក (UFLPA) ដែល
ចូលជាធរមានក្នុងខែមិថុនា ឆ្នាំ 2022 មានគោលបំណងទប់ស្កាត់ទំនិញដែលផលិតដោយបង្ខំមិនឱ្យចូល
ទីផ្សារសហរដ្ឋអាមេរិក ជាពិសេសទំនិញដែលមកពីតំបន់ស៊ីនជាំង (Xinjiang Uyghur) ក្នុង
ប្រទេសចិន។ ដូច្នោះហើយ UFLPA បង្កើតការសន្ទត់ជាមុនថាទំនិញដែលផលិតទាំងស្រុង ឬដោយផ្នែក
នៅក្នុងតំបន់ស៊ីនជាំង ឬផលិតដោយអង្គការនៅក្នុងបញ្ជីរបស់ UFLPA ជាទំនិញផលិតដោយកម្លាំង
ពលកម្មបង្ខំ ហើយហេតុដូច្នោះវាត្រូវបានហាមឃាត់មិនឱ្យនាំចូលទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិក។²⁰ ដើម្បី
បញ្ជាក់ពីការអនុលោមតាម UFLPA អង្គការនានាអាចផ្តល់ភស្តុតាងដូចជា លិខិតបញ្ជាក់ របាយការណ៍
សរទកម្ម គោលនយោបាយ និងនីតិវិធីសម្រាប់កម្មវិធីអនុលោមភាព ឬឯកសារពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត។²¹

ពាណិជ្ជកម្ម GFT សកល

រូបភាពទី 3: ការនាំចេញ GFT សកលក្នុងឆ្នាំ 2023 ដោយប្រទេសនីមួយៗ



នៅឆ្នាំ 2023 ពិភពលោកបានកត់ត្រាតម្លៃសរុបចំនួន 762 ពាន់លានដុល្លារក្នុងការនាំចេញ GFT ទូទាំងពិភពលោក។

- ▶ ប្រទេសចិនគឺជាអ្នកនាំចេញកំពូលដែលមាន 36% នៃការនាំចេញ GFT សរុបរបស់ពិភពលោក (ឬ 274.4 ពាន់លានដុល្លារ) បន្ទាប់មកគឺអ៊ីតាលី (7.2% ឬ 54.8 ពាន់លានដុល្លារ) និងបង់ក្លាដែស (6.6% ឬ 50.6 ពាន់លានដុល្លារ)។
- ▶ កម្ពុជាជាប់ចំណាត់ថ្នាក់ទី 15 ក្នុងការនាំចេញ GFT សកល និងទីបីក្នុងអាស៊ានក្នុងឆ្នាំ 2023 ដោយបង្កើតបានប្រាក់ចំណូលប្រមាណ 11 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិកក្នុងការនាំចេញ GFT និងស្មើនឹងជិត 1.4% នៃទីផ្សារ GFT សកល។
- ▶ ប្រទេសកម្ពុជាអាចកើនឡើងមួយ ឬពីរឋានៈក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជំរុញដោយការស្ទុះឡើងវិញយ៉ាងខ្លាំងពីការធ្លាក់ចុះក្នុងឆ្នាំ 2023។

រូបភាព 4: ប្រទេសនាំចេញ GFT កំពូល ចំនួន 15 ក្នុងពិភពលោកក្នុងឆ្នាំ 2023



Source: IEC GFT Dashboard, data from UN Comtrade

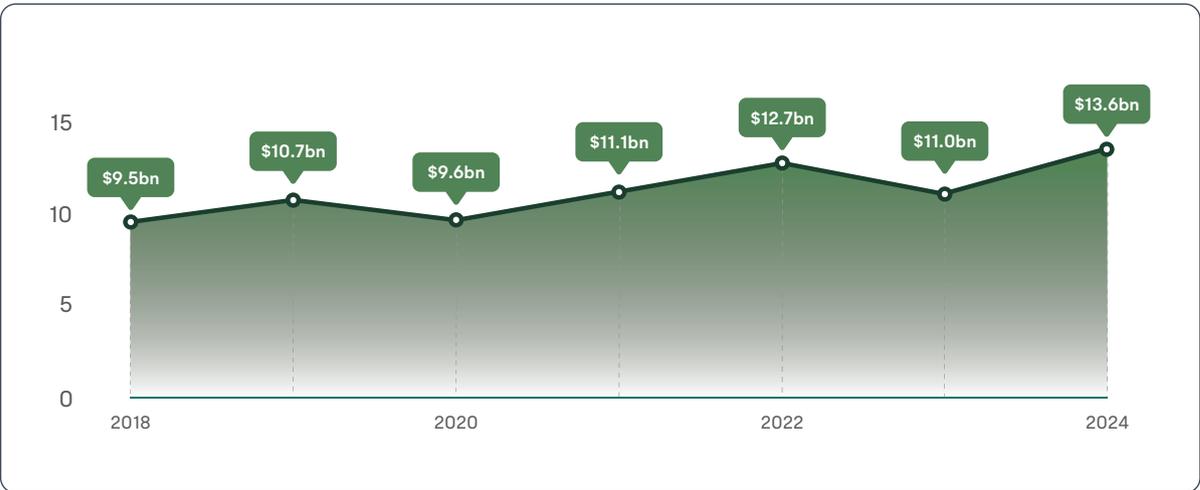
3. ទីផ្សារនាំចេញសំខាន់ៗ របស់កម្ពុជា

ពាណិជ្ជកម្មនាំមូលរបស់កម្ពុជានៅក្នុងវិស័យGFT

បន្ទាប់ពីការធ្លាក់ចុះក្លាយៗនៅឆ្នាំ2020ដោយសារជំងឺរាតត្បាតកូវីដ-19 ការនាំចេញGFTរបស់កម្ពុជាបានស្ទុះងើបឡើងវិញយ៉ាងខ្លាំងពីឆ្នាំ 2021-2022 ដែលលើសពីកម្រិតនាំចេញមុនកូវីដ-19 និងឈានដល់ 12.7 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022។ ប៉ុន្តែនៅឆ្នាំ 2023 កម្ពុជាបាននាំចេញផលិតផល GFT សរុបចំនួន 11 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក ធ្លាក់ចុះ 13% បើធៀបនឹងឆ្នាំ 2022 (រូបភាពទី 5)។ ការធ្លាក់ចុះនេះបានឆ្លងបញ្ជាំងពីការកែតម្រូវដែលធ្វើឡើងដោយអ្នកលក់រាយដើម្បីកាត់បន្ថយសារពើភណ្ឌខ្ពស់ដែលបណ្តាលមកពីការបញ្ជាទិញខ្ពស់ដែលបានធ្វើឡើងក្រោយជំងឺរាតត្បាត។ វាក៏ត្រូវបានបង្កឡើងដោយក្តីបារម្ភនៃឧស្សាហកម្មម៉ូដពីភពលោកចំពោះការរំខានដល់ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ និងកត្តាសេដ្ឋកិច្ចដូចជាអតិផរណាជាដើម។²² ភាពប្រែប្រួលខ្ពស់នៃការដាក់បញ្ជាទិញ ដូចដែលបានបង្ហាញដោយការផ្លាស់ប្តូរ ដ៏ធំនៅក្នុងកំណើនការនាំចេញ (ពី +15% ទៅ -10) សង្កត់ធ្ងន់ថា ភាពធន់ នរាវរុញ និងការសម្របខ្លួនគឺជាគន្លឹះសម្រាប់អនាគតនៃឧស្សាហកម្មវិស័យនេះ។ នៅឆ្នាំ 2024 ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាបានកើនឡើងដល់កម្រិតខ្ពស់បំផុតគ្រប់ពេលគឺ 13.6 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក ដែលជំរុញជាចម្បងដោយវិស័យកាត់ដេរ ដែលបានកត់ត្រាការកើនឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់ជិត 2 ពាន់លានដុល្លារ។

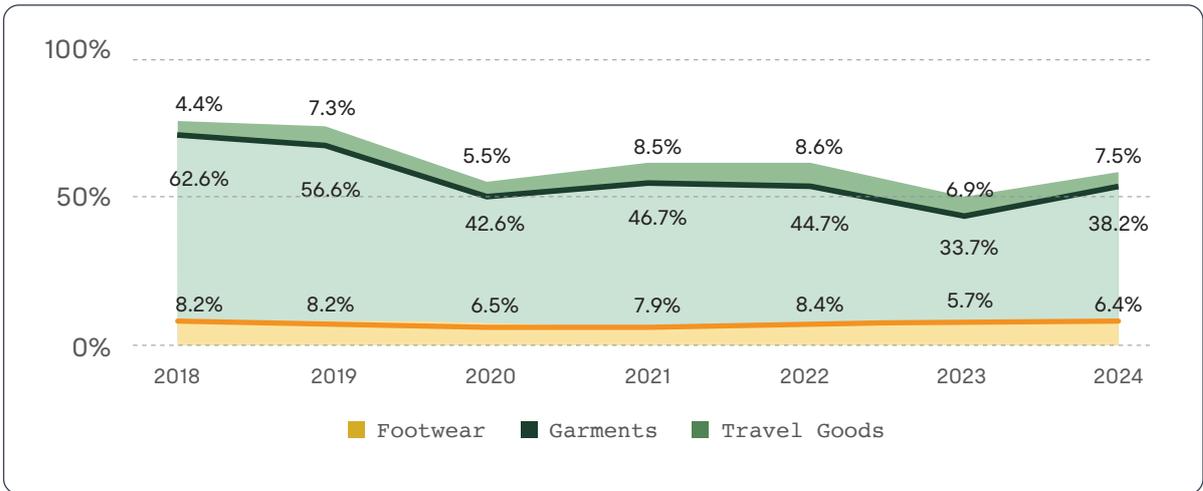
សរុបមក វិស័យ GFT នៅតែជាប្រភពចំណូលសំខាន់នៃការនាំចេញសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា ជាមួយនឹងចំណែករបស់ខ្លួនកើនឡើងនៅឆ្នាំ 2024 បន្ទាប់ពីបានជួបប្រទះការធ្លាក់ចុះក្នុងឆ្នាំ 2023 (រូបភាពទី 6)។

រូបភាពទី 5: ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជា 2018-2024



ប្រភព៖ ទិន្នន័យពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករ, IEC GFT Dashboard

រូបភាពទី 6: ចំណែកនៃការនាំចេញ GFT នៅក្នុងការនាំចេញសរុបរបស់កម្ពុជាទៅកាន់ពិភពលោក



ប្រភព៖ ទិន្នន័យពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករ, IEC GFT Dashboard

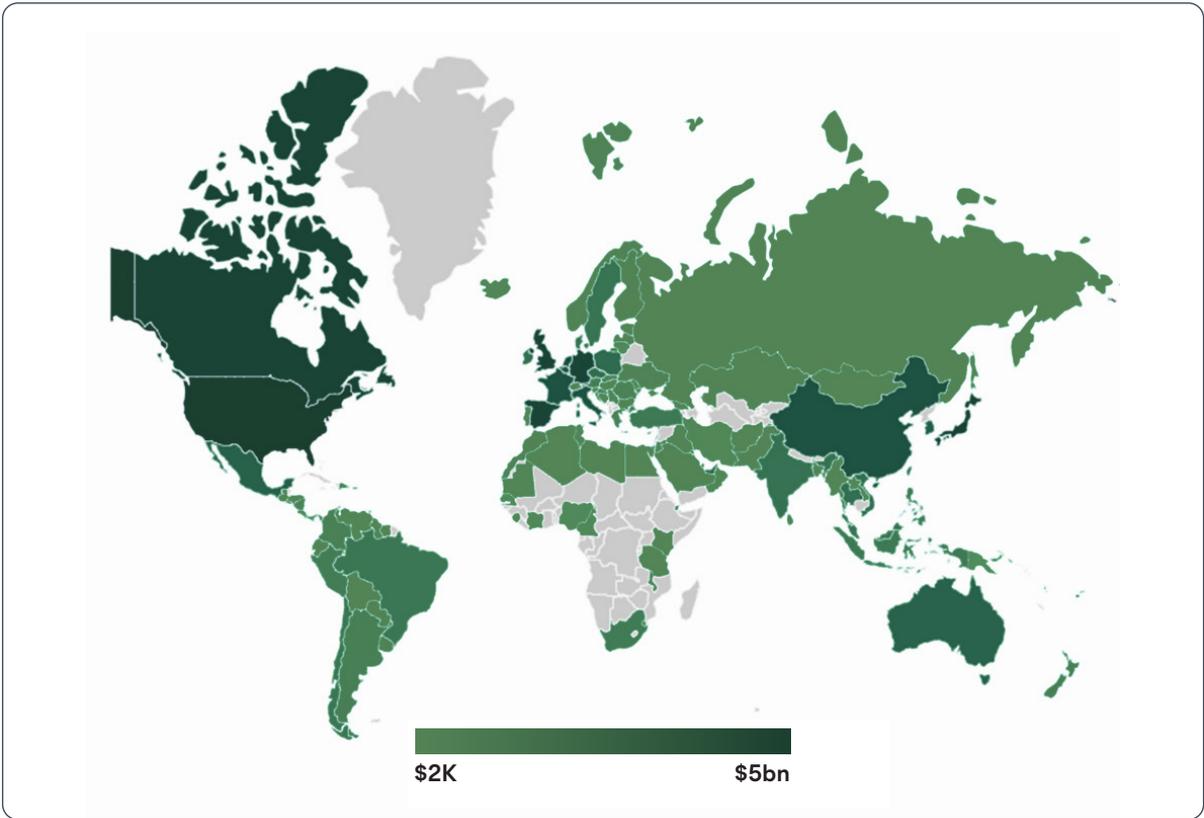
ទីផ្សារនាំចេញ GFT សំខាន់ៗ

សហរដ្ឋអាមេរិក សហភាពអឺរ៉ុប ជប៉ុន កាណាដា ចក្រភពអង់គ្លេស ចិន និងអាស៊ាន គឺជាទីផ្សារនាំចេញកំពូលនៃផលិតផល GFT របស់កម្ពុជា។

ចាប់តាំងពីឆ្នាំ 2019 មក សហរដ្ឋអាមេរិកនៅតែជាទីផ្សារនាំចេញកំពូលសម្រាប់វិស័យ GFT របស់កម្ពុជា។ ទីផ្សារសហរដ្ឋអាមេរិកមានចំនួនជាង 5.2 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក ច្រើនជាង 38% នៃប្រាក់ចំណូលនាំចេញ GFT សរុបរបស់កម្ពុជានៅឆ្នាំ 2024។ សហភាពអឺរ៉ុបជាអ្នកនាំចូលដ៏សំខាន់បំផុតទីពីរនៃ GFT របស់កម្ពុជា ដែលស្មើនឹងជិត 4 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក (ឬ 28%) នៃប្រាក់ចំណូលនាំចេញផ្នែក GFT ក្នុងឆ្នាំ 2024 ។ ទីផ្សារនាំចេញ GFT កំពូលផ្សេងទៀតសម្រាប់ GFT របស់កម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ 2024 រួមមានប្រទេសជប៉ុន (11 ពាន់លានដុល្លារ) កាណាដា (956 លានដុល្លារ) អង់គ្លេស (858 លានដុល្លារ) ចិន (314 លានដុល្លារ) និងអាស៊ាន (225 លានដុល្លារ)។

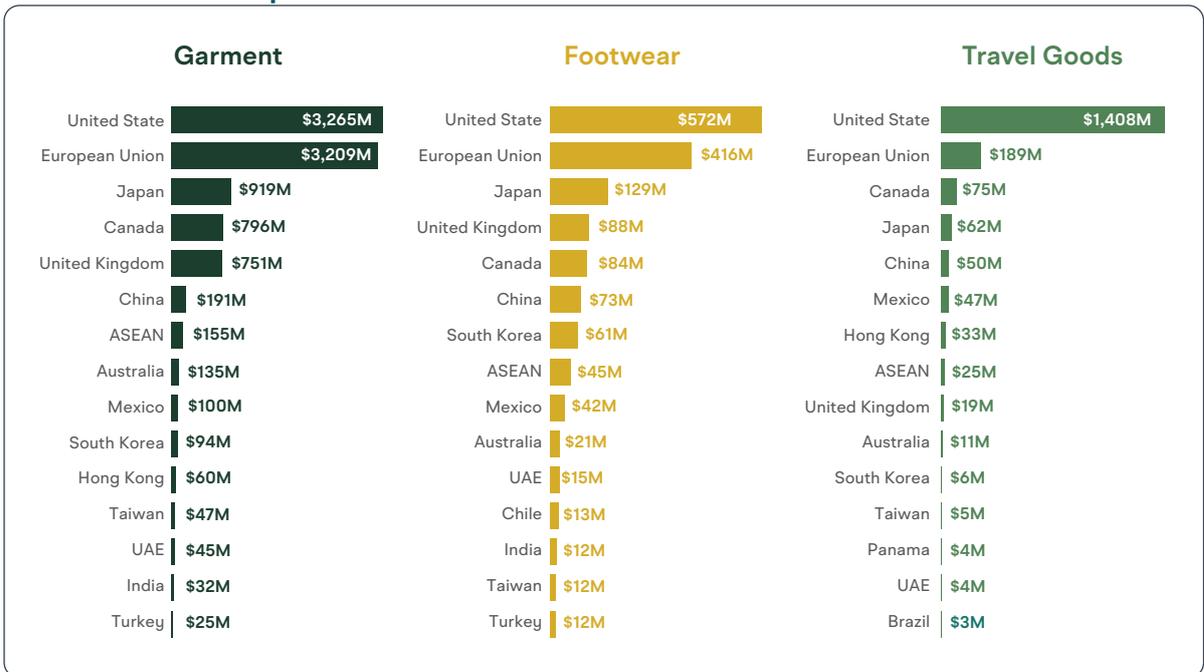
ចន្លោះពីឆ្នាំ 2020 ដល់ 2024 ការនាំចេញ GFT ទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិក និងសហភាពអឺរ៉ុបបានកត់ត្រានូវអត្រាកំណើនខ្ពស់បំផុត 10% បន្ទាប់មកប្រទេសជប៉ុន 6% និងចក្រភពអង់គ្លេស 4% ខណៈប្រទេសចិនមានកំណើនតិចតួចត្រឹមតែ 0.4% ប៉ុណ្ណោះ។

រូបភាពទី 7: ទីផ្សារនាំចេញកំពូលនៃផលិតផល GFT របស់កម្ពុជា ឆ្នាំ 2024

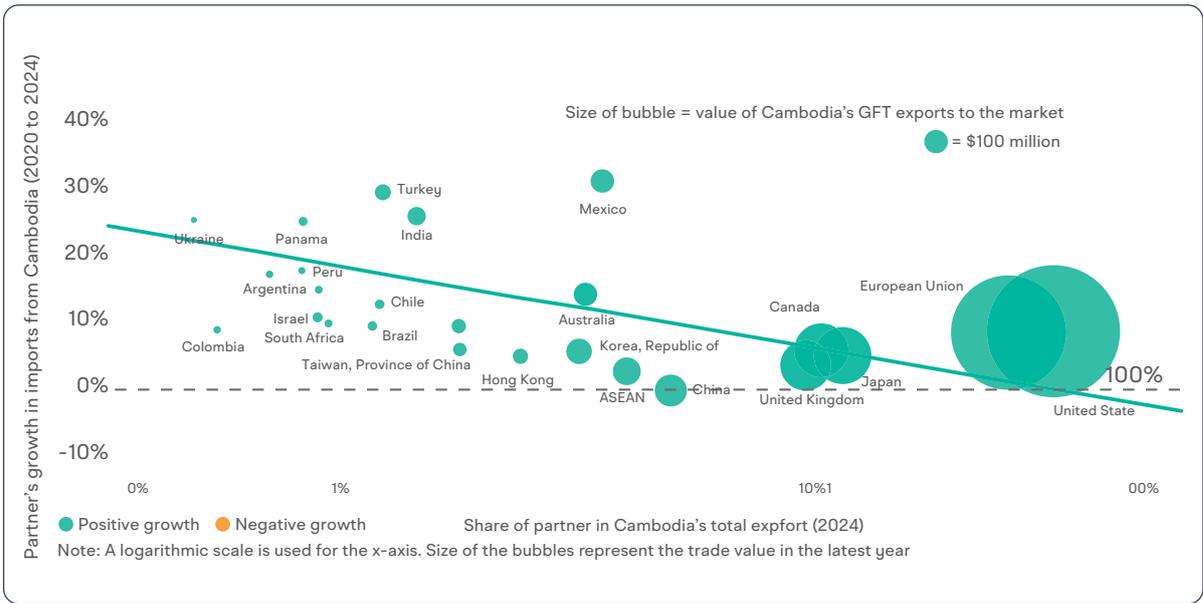


ប្រភព៖ ទិន្នន័យពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា, IEC GFT Dashboard

រូបភាពទី 8: ទីផ្សារនាំចេញកំពូលទាំង 15 សម្រាប់សម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរ នៅកម្ពុជា ឆ្នាំ 2024



រូបភាព 9: លទ្ធផលនាំចេញGFTរបស់កម្ពុជាតាមទីផ្សារ



តារាង 11: ការនាំចេញGFTរបស់កម្ពុជានៅក្នុងទីផ្សារកំពូលចំនួន10

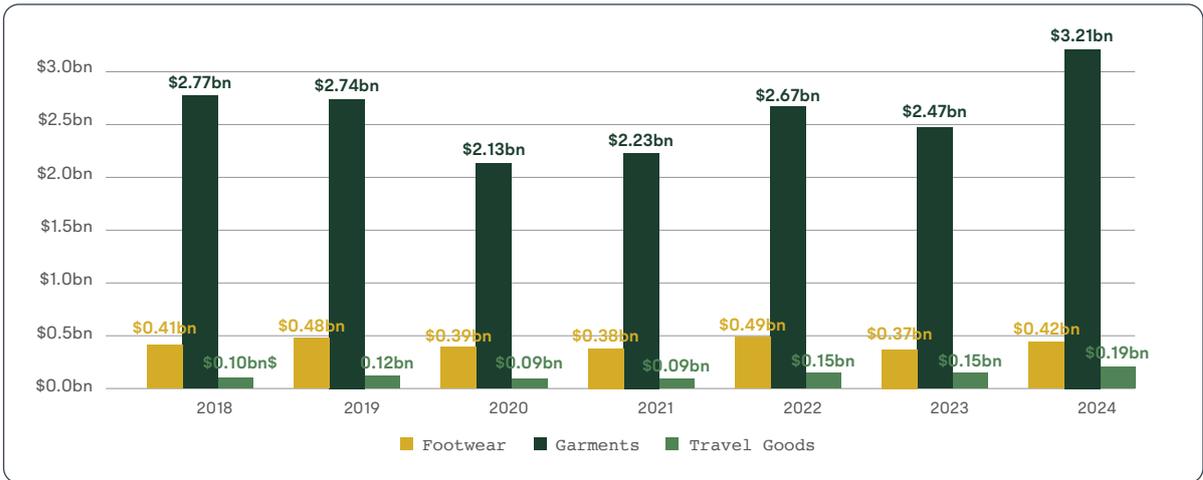
ដៃគូ	កំណើនប្រចាំឆ្នាំនៅក្នុងការនាំចូលGFTពីកម្ពុជា ឆ្នាំ 2020-2024 (%)	ចំណែកនៅក្នុងការនាំចេញសរុបរបស់កម្ពុជា ឆ្នាំ 2024 (%)	ការនាំចេញឆ្នាំ 2024 (ដុល្លារអាមេរិក)
សហរដ្ឋអាមេរិក	10.3%	38.6%	5,245
សហភាពអឺរ៉ុប	10.0%	28.1%	3,814
ជប៉ុន	6.3%	8.2%	1,109
កាណាដា	7.1%	7.0%	956
ចក្រភពអង់គ្លេស	4.4%	6.3%	858
ចិន	0.2%	2.3%	314
អាស៊ាន	3.5%	1.7%	225
ម៉ិកស៊ិកូ	35.9%	1.4%	188
អូស្ត្រាលី	16.7%	1.2%	167
កូរ៉េ	6.4%	1.2%	161

ប្រភព: IEC GFT Dashboard, ទិន្នន័យពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា

សហភាពអឺរ៉ុប

ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបនៅតែមានភាពរឹងមាំក្នុងប៉ុន្មានឆ្នាំមកនេះ ដែលត្រូវបានជំរុញដោយការចូលទៅកាន់ទីផ្សារគ្មានកូតា ដោយគ្មានពន្ធ ក្រោមគម្រោងអនុគ្រោះពន្ធលើគ្រប់មុខទំនិញលើកលែងតែអាវុធ (EBA)។ ទោះបីជាមានការធ្លាក់ចុះដោយសារតែការផ្ទុះឡើងនៃជំងឺកូវីដ-19 ដែលបាននាំឱ្យមានដល់ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ តម្រូវការប្រើប្រាស់ និងប្រតិបត្តិការផលិតកម្ម ក៏ដូចជាការដកផ្ទៃកន្លះនៃគម្រោង EBA ក្នុងឆ្នាំ 2020 ក៏ដោយ ក៏ការនាំចេញទៅកាន់ទីផ្សារសហភាពអឺរ៉ុបក្នុងឆ្នាំ 2024 មានភាពប្រសើរឡើងវិញរហូតដល់ 3.8 ពាន់លានដុល្លារ។ ការប្រើប្រាស់នៅឆ្នាំ 2024 បានកើនឡើងបន្ថែមទៀតជាង 27% នៅឆ្នាំ 2024 បើធៀបនឹងឆ្នាំ 2023។

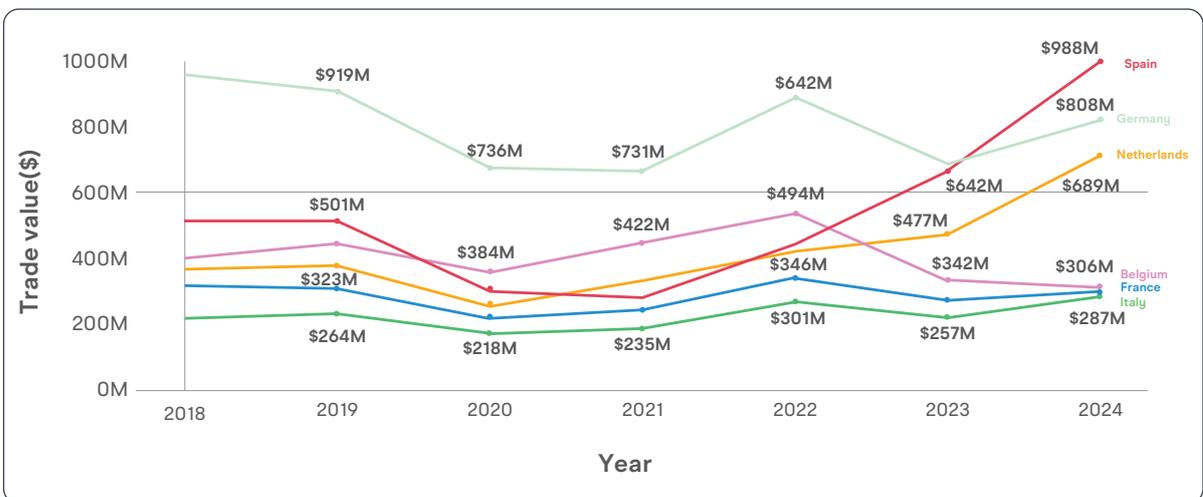
រូបភាព 10: និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារសហភាពអឺរ៉ុប



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, ទិន្នន័យពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា

អាជ្ញាធរដឹកនាំដោយខ្លួនឯងនៅអឺរ៉ុបជាយូរមកហើយសម្រាប់ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាប៉ុន្តែបានជួបប្រទះការធ្លាក់ចុះក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ដែលទីបំផុតត្រូវបានវាដាច់ដោយប្រទេសអេស្ប៉ាញនៅឆ្នាំ2024។ ខណៈដែលការនាំចេញទៅកាន់ទីផ្សារអឺរ៉ុបសំខាន់ៗភាគច្រើនបានថយចុះក្នុងរយៈពេល3ឆ្នាំកន្លងមក ការនាំចេញផលិតផល GFT ទៅកាន់ប្រទេសអេស្ប៉ាញបានកើនឡើងយ៉ាងខ្លាំងចាប់តាំងពីឆ្នាំ2021 ដោយជំរុញទំហំនាំចូលរបស់ប្រទេសអេស្ប៉ាញ។

រូបភាព 11: និន្នាការនាំចេញGFTទៅទីផ្សារអឺរ៉ុបសំខាន់ៗ



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, ទិន្នន័យពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា

 <p>សម្លៀកបំពាក់</p> <p>ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបបានកើនឡើងពី 2.47 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 3.21 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 30% ។ នៅឆ្នាំ 2024 ទីផ្សារសំខាន់ៗសម្រាប់ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់របស់កម្ពុជាទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបគឺប្រទេសអេស្ប៉ាញ អាល្លឺម៉ង់ ហូឡង់ បែលហ្ស៊ិក និងអ៊ីតាលី។</p>	 <p>ស្បែកជើង</p> <p>ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបបានកើនឡើងពី 366 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 416 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 14% ។ នៅឆ្នាំ 2024 ទីផ្សារសំខាន់ៗសម្រាប់ការនាំចេញស្បែកជើងរបស់កម្ពុជាទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបគឺប្រទេសអាល្លឺម៉ង់ បារាំង ហូឡង់ អេស្ប៉ាញ និងអ៊ីតាលី។</p>	 <p>ផលិតផលធ្វើដំណើរ</p> <p>ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបបានកើនឡើងពី 148 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 189 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 28% ។ នៅឆ្នាំ 2024 ទីផ្សារសំខាន់ៗសម្រាប់ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើររបស់កម្ពុជាទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបគឺប្រទេសហូឡង់ អ៊ីតាលី អាល្លឺម៉ង់ អេស្ប៉ាញ និងបែលហ្ស៊ិក។</p>
---	--	--

ការនាំចេញ GFT ទៅកាន់សហភាពអឺរ៉ុបក្នុងឆ្នាំ 2024 បានបង្ហាញពីកំណើនដ៏រឹងមាំសម្រាប់សម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរ ដោយសម្លៀកបំពាក់កើនឡើង 30% ស្បែកជើងកើនឡើង 14% និងផលិតផលធ្វើដំណើរកើនឡើង 28% បើធៀបនឹងឆ្នាំ 2023។

	2022 (US\$)	2023 (US\$)	2024 (US\$)	2024vs. 2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	2,665,630,985	2,472,790,815	3,208,796,718	30%
ស្បែកជើង	488,994,870	365,866,498	416,341,011	14%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	145,425,250	148,124,386	189,361,261	28%

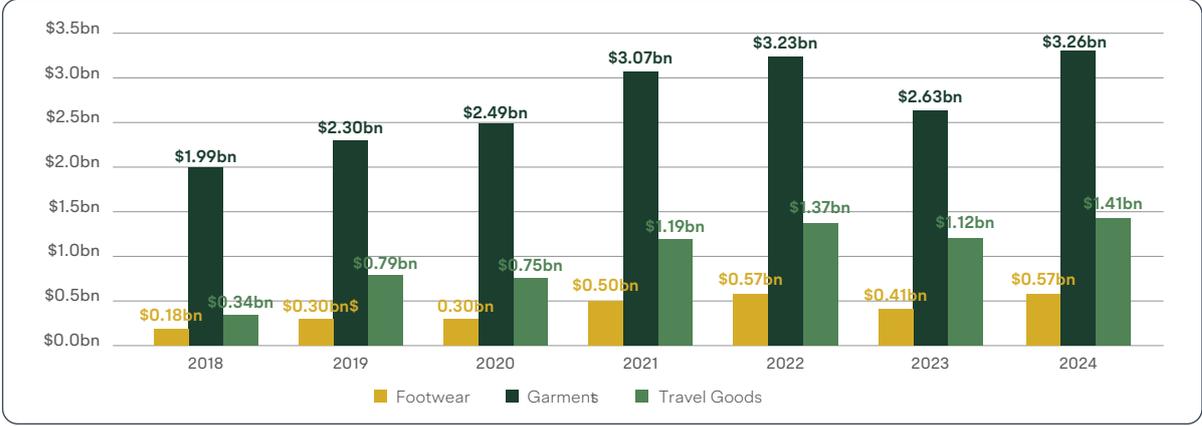
ប្រភព: ទិន្នន័យប្រចាំឆ្នាំ (2023, 2024) ពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា។

សហរដ្ឋអាមេរិក

ចំណងជើងទី V ត្រូវបានបញ្ជាក់ក្នុងកម្មវិធី 1974 បានផ្តល់ការអនុគ្រោះពន្ធក្រោមគម្រោង GSP សម្រាប់ផលិតផលដែលមានសិទ្ធិនាំចូលពីប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ដែលទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ (BDCs) និងប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ដែលទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍តិចតួចបំផុត (LDBDCs)។ ខណៈដែលសម្លៀកបំពាក់ និងស្បែកជើងត្រូវបានដកចេញពីគម្រោង GSP របស់សហរដ្ឋអាមេរិក ការដាក់បញ្ចូលផលិតផលធ្វើដំណើរ និងការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងក្នុងការជំរុញការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើររបស់កម្ពុជាទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិក។ គម្រោង GSP របស់សហរដ្ឋអាមេរិកមិនត្រូវបានបន្តចាប់តាំងពីឆ្នាំ 2020 ដោយផ្អែកលើហេតុផលនយោបាយ/សិទ្ធិមនុស្ស និងស្តង់ដារការងារ។ សរុបមក ទីផ្សារសហរដ្ឋអាមេរិកមានទំហំធំ ដូច្នេះមានភាពទាក់ទាញជាងបើប្រៀបធៀបទៅនឹងទីផ្សារផ្សេងទៀត។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ កម្ពុជាកំពុងប្រកួតប្រជែងគ្នាដូចប្រទេសនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ធំៗដូចជា បង់ក្លាដែស និងរៀតណាម។ ជាងនេះទៅទៀត ទីផ្សារអាមេរិកត្រូវបានចាត់ទុកថាមានការប្រែប្រួលខ្លាំងជាងបើធៀបនឹងទីផ្សារ EU ឬទីផ្សារជប៉ុន។

ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិកបានពង្រីកយ៉ាងខ្លាំងក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំកន្លងមកនេះ។ នៅឆ្នាំ 2023 ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាមានដល់ 4.2 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក។ នៅឆ្នាំ 2024 ការនាំចេញ GFT ទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិកបានកើនឡើងដល់ 5.2 ពាន់លានដុល្លារ។ សហរដ្ឋអាមេរិកនៅតែជាអ្នកនាំចូលដ៏ធំបំផុតនៃ GFT របស់កម្ពុជាជាសកល ហើយសហរដ្ឋអាមេរិកតែមួយមានជាង 72% នៃការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើររបស់កម្ពុជាទាំងអស់នៅឆ្នាំ 2024។

រូបភាព 12: និន្នាការនាំចេញ GFT: ទីផ្សារអាមេរិក



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, ទិន្នន័យពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា



សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិកបានកើនឡើងពី 2.6 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 3.3 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើងស្ទើរតែ 24 ភាគរយ។



ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិកបានកើនឡើងពី 408 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 572 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើងស្ទើរតែ 40% ។



ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិកបានកើនឡើងពី 1.2 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 1.4 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 18% ។

ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិកក្នុងឆ្នាំ 2024 បានបង្ហាញពីការងើបឡើងវិញយ៉ាងខ្លាំងពីការធ្លាក់ចុះនៅក្នុងរយៈពេល 2022-2023។

	2022 (US\$)	2023 (US\$)	2024 (US\$)	2024 vs. 2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	3,234,475,829	2,630,070,834	3,264,760,497	24%
ស្បែកជើង	570,528,909	408,258,285	572,216,606	40%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	1,371,347,307	1,196,948,599	1,408,116,466	18%

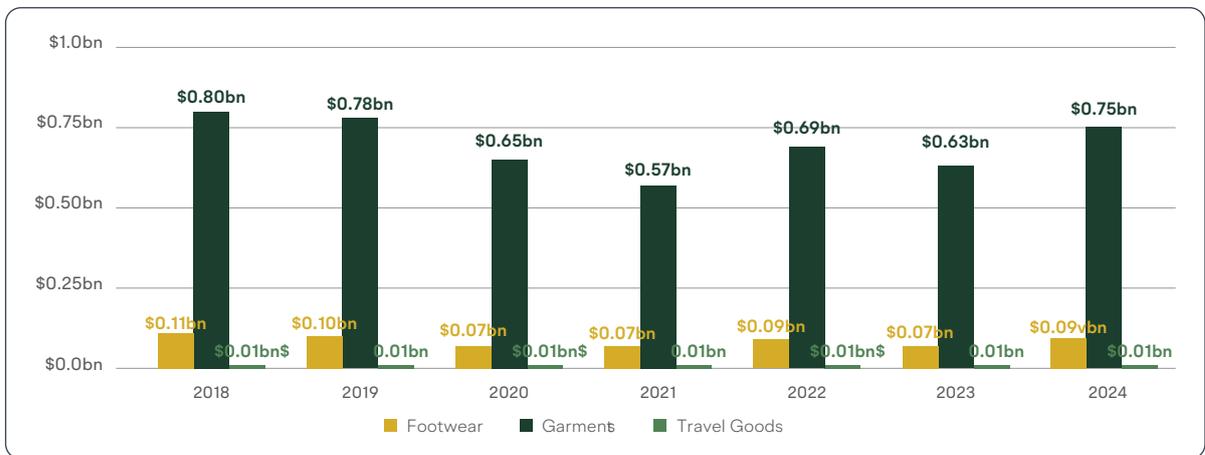
ប្រភព: ទិន្នន័យប្រចាំឆ្នាំ (2023, 2024) ពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា។

ចក្រភពអង់គ្លេស

បន្ទាប់ពីចាកចេញពីសហភាពអឺរ៉ុប(Brexit)ចក្រភពអង់គ្លេសបានបង្កើតប្រព័ន្ធអនុគ្រោះពន្ធ(GSP)របស់ខ្លួនដែលមានតាំងពីថ្ងៃទី 1 ខែមករា ឆ្នាំ2021។ ភាគច្រើនស្រដៀងនឹងGSPរបស់សហភាពអឺរ៉ុប ដោយមានអនុគម្រោងដាច់ដោយឡែកពីគ្នាចំនួន3 (ក្របខ័ណ្ឌប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍ទឹកតូចក្របខ័ណ្ឌប្រសើរឡើង និងក្របខ័ណ្ឌទូទៅ)។ បន្ទាប់មកទៀត គម្រោងពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់ប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍(DCTS) បានចូលជាធរមាននៅថ្ងៃទី 19 ខែមិថុនា ឆ្នាំ 2023 ដោយជំនួសGSPរបស់ចក្រភពអង់គ្លេសហើយឥឡូវនេះគឺជាគម្រោងពាណិជ្ជកម្មដែលអាចអនុវត្តបានសម្រាប់ការនាំចេញពីកម្ពុជា។²⁴

ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់ចក្រភពអង់គ្លេសបានធ្លាក់ចុះក្នុងឆ្នាំ 2020 ជាមួយនឹងការផ្ទុះឡើងនៃជំងឺរាតត្បាតកូវីដ-19 ហើយការនាំចេញមិនទាន់កើនឡើងវិញដល់កម្រិតមុនការផ្ទុះជំងឺរាតត្បាតនោះទេ។ នៅឆ្នាំ 2023 ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់ចក្រភពអង់គ្លេសបានកត់ត្រាប្រាក់ចំណូលសរុបចំនួន 633 លានដុល្លារអាមេរិក ដែលបានកើនឡើងដល់ 751 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ។

រូបភាព 13: និន្នាការនាំចេញGFT: ទិដ្ឋភាពអង់គ្លេស



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, ទិន្នន័យពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា



សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់ចក្រភពអង់គ្លេសបានកើនឡើងពី 633 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 751 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលកើនឡើង 19% ។



ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់ចក្រភពអង់គ្លេសបានកើនឡើងពី 71 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 88 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 24% ។



ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់ចក្រភពអង់គ្លេសបានកើនឡើងពី 12 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 19 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 60% ។

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ និងស្បែកជើងរបស់កម្ពុជាទៅកាន់ចក្រភពអង់គ្លេសក្នុងឆ្នាំ 2024 បានបង្ហាញពីការស្ទុះដើមឡើងវិញយ៉ាងខ្លាំងពីនិន្នាការឆ្នាំ 2022-2023 ជាមួយនឹងកំណើនជាវិជ្ជមាន ខណៈដែលផលិតផលធ្វើដំណើរបន្តការកើនឡើងដល់ 60% ចាប់ពីឆ្នាំ 2023។

	2022 (US\$)	2023 (US\$)	2024 (US\$)	2024 vs. 2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	691,668,802	633,044,528	751,432,518	19%
ស្បែកជើង	89,718,139	71,041,084	87,923,361	24%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	10,178,825	11,955,533	19,118,113	60%

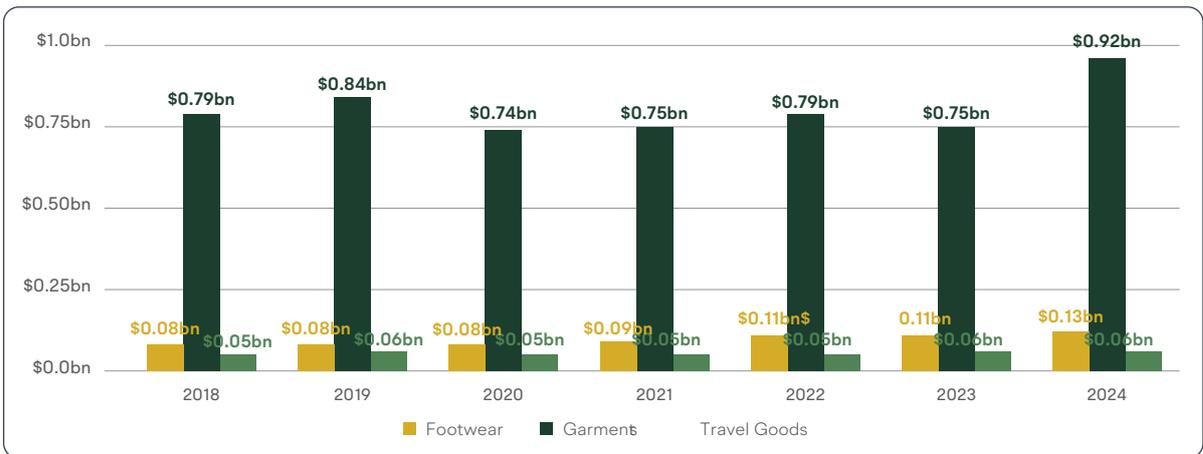
ប្រភព: ទិន្នន័យប្រចាំឆ្នាំ (2023, 2024) ពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា។

ប្រទេសជប៉ុន

កម្មវិធីអនុគ្រោះពន្ធច្រុះចាត់ប្រទេសជប៉ុន ដែលត្រូវបានអនុវត្តជាលើកដំបូងក្នុងឆ្នាំ១៩៧១ ហើយបច្ចុប្បន្ននៅកំពុងអនុវត្តបានផ្តល់ការអនុគ្រោះពន្ធដល់ដែនដីនិងប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ចំនួន ១២៨ ។ លើសពីនេះ កម្ពុជាដែលជាផ្នែកមួយនៃអាស៊ានក៏បានចុះហត្ថលេខាលើកិច្ចព្រមព្រៀងភាពជាដៃគូសេដ្ឋកិច្ចទូលំទូលាយអាស៊ាន-ជប៉ុន (AJCEP) និង RCEP ដែលផ្តល់លទ្ធភាពទទួលបានទីផ្សារអនុគ្រោះសម្រាប់ការនាំចេញរបស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុន។

ការនាំចេញផលិតផល GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុនបានធ្លាក់ចុះបន្តិចក្នុងកំឡុងឆ្នាំ ២០១៨-២០២១ មុនពេលងើបឡើងវិញដល់ ១១៨ លានដុល្លារនៅឆ្នាំ ២០២៣។ នៅឆ្នាំ ២០២៤ ការនាំចេញផលិតផល GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុនបានកើនឡើងដល់ ១១៩ លានដុល្លារ។

រូបភាព ១៤: ទិន្នន័យនាំចេញGFT: ទីផ្សារជប៉ុន



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, ទិន្នន័យពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា



សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុនបានកើនឡើងពី ៧៤៧ លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ ២០២៣ ដល់ ៩១៩ លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ ២០២៤ ដែលជាការកើនឡើង ២៣% ។



ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុនបានកើនឡើងពី ១១១ លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ ២០២៣ ដល់ ១២៩ លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ ២០២៤ ដែលជាការកើនឡើង ១៦% ។



ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុនបានកើនឡើងពី ៦០ លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ ២០២៣ ដល់ ៦២ លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ ២០២៤ ពោលគឺកើនឡើង ៣% ។

ការនាំចេញ GFT ទៅកាន់ប្រទេសជប៉ុនក្នុងឆ្នាំ ២០២៤ បានបង្ហាញពីការងើបឡើងវិញគួរឱ្យកត់សម្គាល់ជាមួយនឹងការកើនឡើង ២៣% សម្រាប់សម្លៀកបំពាក់ ១៦% សម្រាប់ស្បែកជើង និង ៣% សម្រាប់ផលិតផលធ្វើដំណើរបើធៀបនឹងឆ្នាំ ២០២៣។

	2022 (US\$)	2023 (US\$)	2024 (US\$)	2024 vs. 2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	793,895,717	747,409,789	918,531,659	23%
ស្បែកជើង	109,616,296	110,518,888	128,735,601	16%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	52,469,108	60,260,259	61,873,763	3%

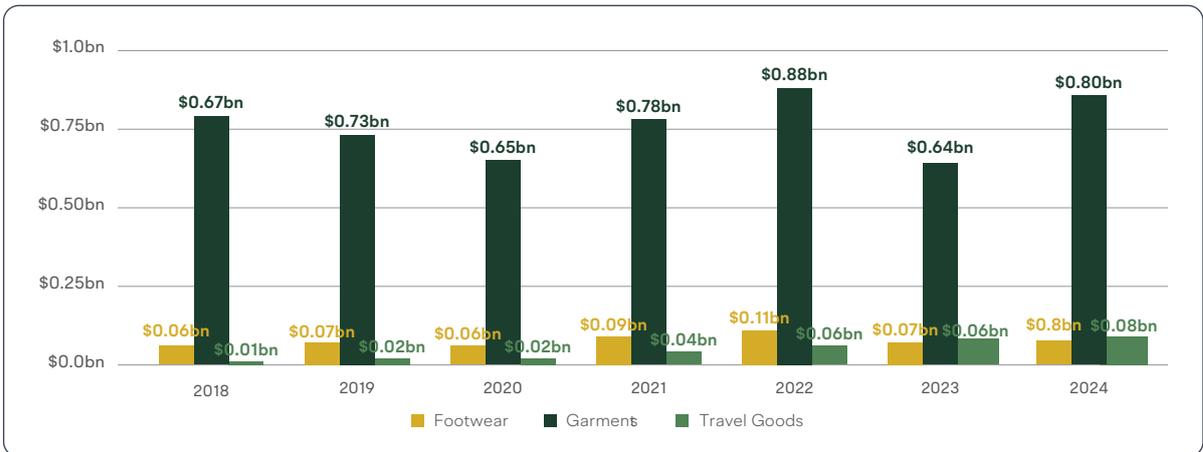
ប្រភព: ទិន្នន័យប្រចាំឆ្នាំ (2023, 2024) ពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា។

ប្រទេសកាណាដា

ប្រព័ន្ធអនុគ្រោះទូទៅរបស់ប្រទេសកាណាដា (GPT) ដែលត្រូវបានអនុវត្តជាលើកដំបូងក្នុងឆ្នាំ 1974 បានផ្តល់អត្រាបន្ថយពន្ធ ឬមិនគិតពន្ធសម្រាប់អ្នកទទួលបានផលដែលជាប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍។ បច្ចុប្បន្នកម្ពុជាក៏កំពុងចរចាកិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្ម ថ្នាក់តំបន់ជាមួយកាណាដា រួមជាមួយប្រទេសសមាជិកអាស៊ានផ្សេងទៀតផងដែរ។

ការនាំចេញ GFT របស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសកាណាដាបានឈានដល់កម្រិតកំពូលចំនួន 1.05 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022 មុនពេលធ្លាក់ចុះមកត្រឹមកម្រិតមុនកូវីដ 19 រិញ ចំនួន 774 លានដុល្លារនៅឆ្នាំ 2023។ នៅឆ្នាំ 2024 ការនាំចេញ របស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសកាណាដាបានកើនឡើងម្តងទៀតដល់ 955 លានដុល្លារ។

រូបភាព 15: និន្នាការនាំចេញGFT: ទិដ្ឋភាពកាណាដា



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, ទិន្នន័យពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា



សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់ប្រទេស កាណាដាបានកើនឡើងពី 639 លាន ដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 796 លាន ដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 កើនឡើង 25% ។



ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់ប្រទេស កាណាដាបានកើនឡើងពី 74 លានដុល្លារ ក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 84 លានដុល្លារក្នុង ឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 15% ។



ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់ ប្រទេសកាណាដាបានកើនឡើងបន្តិចពី 61 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 75 លាន ដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 24% ។

នៅឆ្នាំ2024 ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ និងស្បែកជើងរបស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសកាណាដាបានផ្លាស់ប្តូរទៅជានិន្នាការ កើនឡើង ជួយពីការធ្លាក់ចុះដែលបានសង្កេតឃើញក្នុងឆ្នាំ 2022-2023 ខណៈដែលការនាំចេញផលិតផល ធ្វើដំណើរ បន្តកើនឡើងបន្ថែមទៀត។

	2022 (US\$)	2023 (US\$)	2024 (US\$)	2024vs. 2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	880,735,827	639,055,532	796,135,954	25%
ស្បែកជើង	109,768,941	73,590,025	84,344,860	15%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	60,446,570	60,861,666	75,306,718	24%

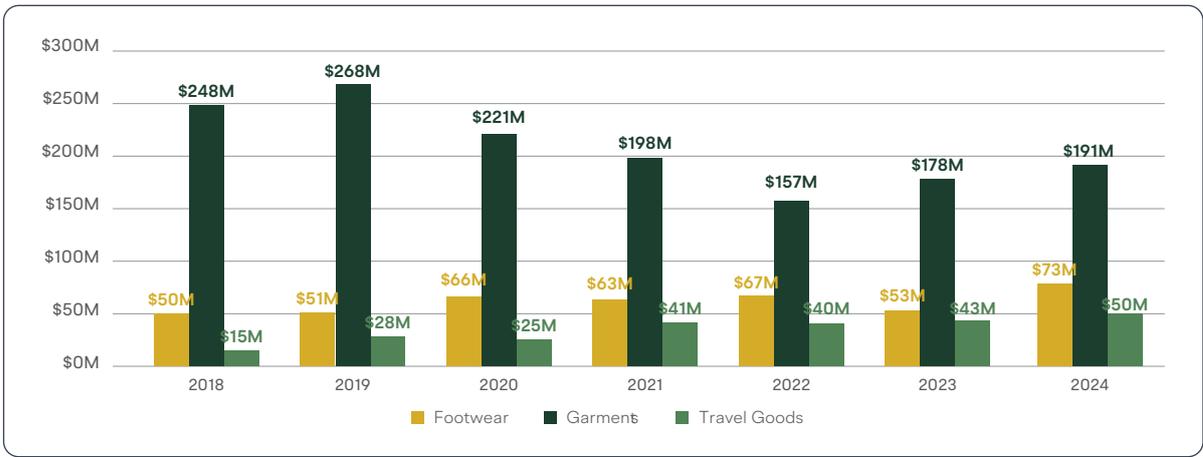
ប្រភព: ទិន្នន័យប្រចាំឆ្នាំ (2023, 2024) ពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា។

ប្រទេសចិន

ប្រទេសចិនបានអនុវត្តរបប GSP ដែលផ្តល់ការអនុគ្រោះពន្ធសម្រាប់ប្រទេស LDC ចាប់តាំងពីថ្ងៃទី 1 ខែកក្កដា ឆ្នាំ 2010។ លើសពីនេះ សម្រាប់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មជាមួយប្រទេសចិន កម្ពុជាក៏អាចប្រើប្រាស់ FTA អាស៊ាន-ចិន ក៏ដូចជា កិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្មសេរីចិន-កម្ពុជា ដែលត្រូវបានចុះហត្ថលេខាក្នុងខែតុលា ឆ្នាំ2020 ហើយចូលជាធរមាននៅ ថ្ងៃទី1 ខែមករា ឆ្នាំ2022។

សម្រាប់វិស័យGFT ការនាំចេញរបស់កម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសចិនបានជួបប្រទះនឹងការពង្រីកក្នុងអំឡុងពេលឆ្នាំ 2022-2024 បន្ទាប់ពីការធ្លាក់ចុះពីឆ្នាំ 2021។ ការនាំចេញ GFT ពីកម្ពុជាទៅប្រទេសចិនបានកើនឡើងពី 264 លានដុល្លារ ក្នុងឆ្នាំ 2022 ដល់ 314 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ។

រូបភាព 16: និន្នាការនាំចេញGFT: ទិដ្ឋភាពទូទៅ



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, ទិន្នន័យពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា

សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់ប្រទេសចិនបានកើនឡើងពី 178 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 191 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 7% ។

ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់ប្រទេសចិនបានកើនឡើងពី 53 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 73 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 37% ។

ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់ប្រទេសចិនបានកើនឡើងពី 43 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 50 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 17% ។

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់ប្រទេសចិនបានងើបឡើងវិញនៅឆ្នាំ 2024 បើប្រៀបធៀបទៅនឹងការធ្លាក់ចុះពីឆ្នាំ 2022 ដល់ឆ្នាំ 2023។ ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ និងផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់ប្រទេសចិនបន្តកើនឡើងនៅឆ្នាំ 2024។

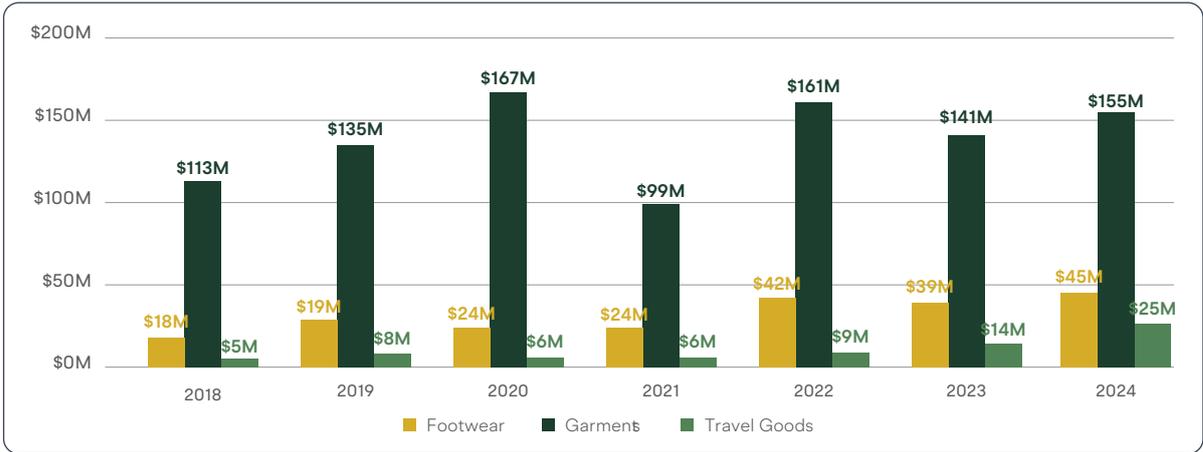
	2022 (US\$)	2023 (US\$)	2024 (US\$)	2024vs. 2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	156,541,906	178,229,516	190,912,776	7%
ស្បែកជើង	67,427,333	53,306,435	72,980,113	37%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	40,233,245	42,861,103	50,225,568	17%

ប្រភព: ទិន្នន័យប្រចាំឆ្នាំ (2023, 2024) ពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា។

អាស៊ាន

កម្ពុជាបានចូលជាសមាជិកអាស៊ានទី១០ នៅថ្ងៃទី៣០ ខែមេសា ឆ្នាំ១៩៩៩ ហើយចាប់តាំងពីពេលនោះមក បានទទួលផលប្រយោជន៍ពីការចូលប្រើប្រាស់ទីផ្សារដោយមិនគិតពន្ធលើទីផ្សារអាស៊ានសម្រាប់ទំនិញស្ទើរតែទាំងអស់នៅក្រោមកិច្ចព្រមព្រៀង ATIGA ក៏ដូចជា ASEAN+ FTAs។ ខណៈប្រទេសសមាជិកអាស៊ានភាគច្រើនបំផុតមានឧស្សាហកម្មGFT កម្ពុជាអាចបង្កើតចំណូលពីការនាំចេញចំនួន 194 លានដុល្លារ ទៅកាន់ប្រទេសសមាជិកអាស៊ានផ្សេងទៀតនៅឆ្នាំ២០២៣ និង 225 លានដុល្លារ ទៅឆ្នាំ២០២៤។

រូបភាព 17: និន្នាការនាំចេញGFT: ទីផ្សារអាស៊ាន



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, ទិន្នន័យពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា

សម្លៀកបំពាក់

ការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ទៅកាន់អាស៊ានបានកើនឡើងពី 141 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 155 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើងចំនួន១០ភាគរយ។ នៅឆ្នាំ២០២៤ ប្រទេសថៃ ម៉ាឡេស៊ី និងវៀតណាម គឺជាទីផ្សារសំខាន់សម្រាប់ការនាំចេញ សម្លៀកបំពាក់របស់កម្ពុជាក្នុងអាស៊ាន។

ស្បែកជើង

ការនាំចេញស្បែកជើងទៅកាន់ អាស៊ាន បានកើនឡើងពី 39 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 45 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 16% ។ នៅឆ្នាំ២០២៤ ប្រទេសថៃ វៀតណាម និងម៉ាឡេស៊ី គឺជាទីផ្សារចម្បងសម្រាប់ការនាំចេញស្បែកជើងរបស់កម្ពុជាក្នុងអាស៊ាន។

ផលិតផលធ្វើដំណើរ

ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់ អាស៊ានបានកើនឡើងពី 14 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2023 ដល់ 25 លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2024 ដែលជាការកើនឡើង 86% ។ នៅឆ្នាំ២០២៣ សិង្ហបុរី ម៉ាឡេស៊ី និងថៃ គឺជាទីផ្សារសំខាន់សម្រាប់ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើររបស់កម្ពុជាក្នុងអាស៊ាន។

នៅឆ្នាំ២០២៤ ការនាំចេញGFTរបស់កម្ពុជាទៅកាន់អាស៊ានបានបង្ហាញពីការស្ទុះដើមឡើងវិញដ៏រឹងមាំ ជាមួយនឹងការនាំចេញសម្លៀកបំពាក់ និងផលិតផលធ្វើដំណើរមានអត្រាកំណើនធៀបនឹងនិន្នាការឆ្នាំ២០២២-២០២៣។ ការនាំចេញផលិតផលធ្វើដំណើរទៅកាន់អាស៊ានបានបន្តកើនឡើង ដោយរក្សាបាននូវសន្ទុះវិជ្ជមាន។

	2022 (US\$)	2023 (US\$)	2024 (US\$)	2024 vs. 2023 (%)
សម្លៀកបំពាក់	161,080,000	141,244,876	154,925,965	10%
ស្បែកជើង	42,058,670	38,777,209	45,057,969	16%
ផលិតផលធ្វើដំណើរ	9,310,304	13,564,412	25,342,604	86%

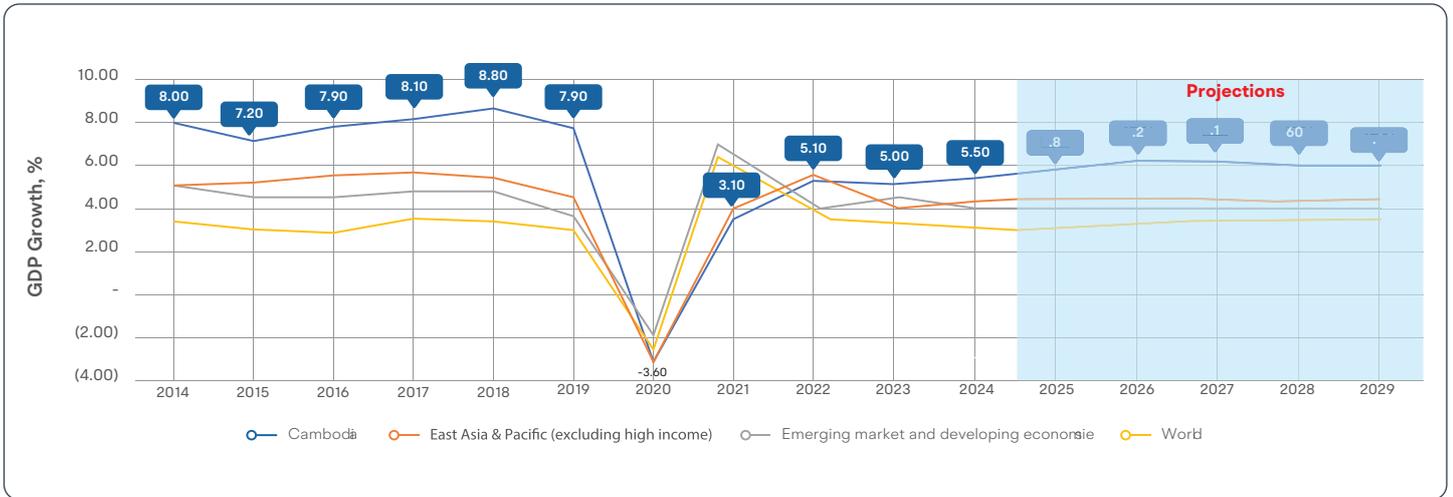
ប្រភព: ទិន្នន័យប្រចាំឆ្នាំ (2023, 2024) ពីអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា។

4. ទស្សនវិស័យ

ទស្សនវិស័យសេដ្ឋកិច្ច

សេដ្ឋកិច្ចរបស់កម្ពុជាបានសន្ទុះឡើងវិញ បើទោះបីជាអត្រាកំណើននេះ មិនទាន់ត្រលប់ទៅកម្រិតមុនការរាតត្បាតនៃជំងឺកូវីដក៏ដោយ។ ក្នុងឆ្នាំ2024 ផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបមានតែនាម (nominal GDP) បានឈានដល់ 47.2 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក ដែលបង្ហាញពីកំណើន 5.5% បើធៀបនឹងឆ្នាំ2023។ អត្រាកំណើននេះគឺខ្ពស់ជាងកំណើនជាមធ្យមនៃតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ចំនួន 4.6% និងពិភពលោកចំនួន 3.2% (រូបភាព 18)។ នៅឆ្នាំ2024 កំណើនក្នុងវិស័យកាត់ដេរ កំណើននៃការនាំចេញកសិផល ក៏ដូចជាការស្ទុះងើបឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍បានរួមចំណែកដល់ កំណើនសេដ្ឋកិច្ចនៅកម្ពុជាបន្ថែមទៀត។ ការនាំចេញបានស្ទុះងើបឡើងវិញយ៉ាងខ្លាំងចាប់តាំងពីចុងឆ្នាំ2023 ខណៈ ការទទួលទេសចរណ៍មានលក្ខណៈយឺតជាងវិស័យផ្សេងបើទោះបីជាការមកដល់នៃភ្ញៀវទេសចរនៅតែបន្តងើបឡើងវិញក៏ដោយ។ កំណើនវិស័យកាត់ដេរ និងការនាំចេញកសិផលត្រូវបានជំរុញដោយការស្ទុះងើបឡើងវិញនៃតម្រូវការសកល និងក្នុងតំបន់ និងឥទ្ធិពលបង្វែរទិសដៅពាណិជ្ជកម្មចេញពីវិស័យកាត់ដេររបស់ប្រទេសបង់ក្លាដែស និងមីយ៉ាន់ម៉ា ដោយសារមានចលាចលក្នុងសង្គម។²⁵

រូបភាព 18: អត្រាកំណើន GDP របស់កម្ពុជា



Source: IMF (2024). World Economic Outlook, October 2024 update

យោងតាមIMFកំណើនរយៈពេលខ្លីនៅកម្ពុជាត្រូវបានគាំទ្រដោយការស្ទុះងើបឡើងវិញនៃការនាំចេញនិងទេសចរណ៍ខណៈវិស័យដែលមិនអាចជួញដូរបាននៅតែទន់ខ្សោយដោយសារតម្រូវការក្នុងស្រុកធ្លាក់ចុះ។ ក្នុងរយៈពេលមធ្យមកំណើននឹងត្រូវបានជំរុញដោយការនាំចេញនិងការងើបឡើងវិញខ្លាំងជាងមុននៅក្នុងវិស័យដែលមិនអាចជួញដូរបានដោយឈានដល់អត្រាកំណើនសក្តានុពល 5.8% នៅឆ្នាំ2025។ IMFបានព្យាករណ៍ហានិភ័យម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ចមួយចំនួននៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាឆ្នាំ2024 ជាមួយនឹងផលប៉ះពាល់ដោយផ្ទាល់ទៅលើវិស័យGFT ដូចខាងក្រោម៖

ហានិភ័យខាងក្រៅ	ហានិភ័យខាងក្នុង
<ul style="list-style-type: none"> ▶ ផលប៉ះពាល់នៃការផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយពន្ធរបស់សហរដ្ឋអាមេរិកលើនីតិវិធីការទីផ្សារពិភពលោក ▶ ជម្លោះក្នុងតំបន់ដែលនាំទៅដល់ការថយចុះទេសចរណ៍បង្កាក់ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ ថ្លៃដឹកជញ្ជូនខ្ពស់ជាងមុន កំណើនសេដ្ឋកិច្ចយឺតជាងមុន និងការកាត់បន្ថយ FDI ។ ▶ ការប្រែប្រួលតម្លៃទំនិញដែលបណ្តាលឱ្យមានការកើនឡើងថ្លៃមូលហេតុ និងថាមពល សម្ពាធថវិកាគ្រួសារ និងអស្ថិរភាពសង្គមដែលអាចកើតមាន។ ▶ អត្រាការប្រាក់សកលនៅតែមានកម្រិតខ្ពស់។ ▶ កំណើនយឺតក្នុងដៃគុណវិបាកសំខាន់ៗរបស់កម្ពុជាដែលប៉ះពាល់ដល់ការវិនិយោគ ការនាំចេញ និងទេសចរណ៍ ▶ ការកើនឡើងភាពតានតឹងនិងការបែកខ្ញែកភូមិសាស្ត្រនយោបាយ ដែលរំខានដល់ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ការនាំចេញ និងការវិនិយោគ ▶ ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាននៃការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ការកើនឡើងការគំរាមកំហែងនៃប្រាក់កម្ចីមិនដំណើរការ ដែលអាចកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ និងការវិនិយោគ រួមទាំងការវិនិយោគ និងការប្រើប្រាស់ GFT ▶ ទីផ្សារបំណុលក្នុងស្រុកមានការអភិវឌ្ឍន៍តិចតួច។ ▶ ភាពទន់ខ្សោយនៃរចនាសម្ព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ច ដោយសារកង្វះកត្តាជំរុញកំណើនចម្រុះ ស្ថាប័នទន់ខ្សោយ និងការកំណត់ទិន្នន័យធ្វើឱ្យមានការរារាំងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចប្រកបដោយចីរភាព ▶ សមត្ថភាព ជំនាញ និងផលិតភាពមានកម្រិត ▶ ថ្លៃដឹកជញ្ជូនខ្ពស់ ▶ ថ្លៃអគ្គិសនីខ្ពស់

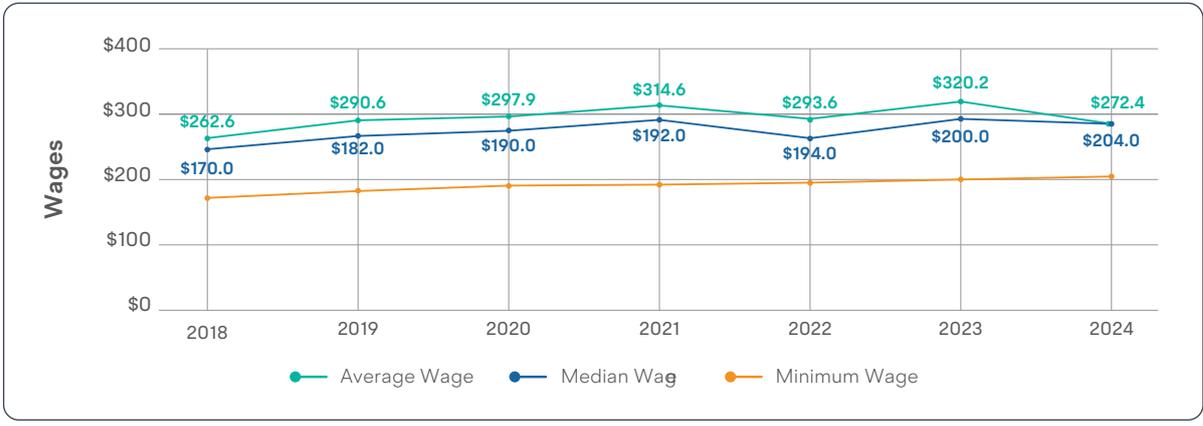
ប្រភព: Author summarised from IMF (2025)

ប្រាក់ឈ្នួល

វិស័យ GFT គឺជាវិស័យអតិថិជនលក្ខណៈ ហើយតម្លៃពលកម្មកំណាងឱ្យផ្នែកសំខាន់នៃប្រតិបត្តិការ CMT ដែលស្មើនឹងប្រមាណ 70% នៃប្រតិបត្តិការរបស់រោងចក្រ GFT របស់កម្ពុជា។ ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៃនាយកក្នុងវិស័យ GFT របស់កម្ពុជាបានកើនឡើងក្នុងរយៈពេលដប់ឆ្នាំចុងក្រោយនេះពីមូលដ្ឋានទាប 100 ដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2014។ មកដល់ឆ្នាំ 2024 ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៅកម្ពុជាបានកើនឡើងដល់ 204 ដុល្លារក្នុងមួយខែ កើនឡើងពី 200 ដុល្លារអាមេរិកក្នុងមួយខែនៅឆ្នាំ 2022 ជាមួយនឹងការកើនឡើងដល់ 208 ដុល្លារអាមេរិកសម្រាប់ឆ្នាំ 2025។ ក្រៅពីប្រាក់ឈ្នួលគោល កម្មករនិយោជិតក៏មានសិទ្ធិទទួលបានប្រាក់អត្ថប្រយោជន៍សម្រាប់សោហ៊ុយធ្វើដំណើរនិងថ្លៃស្នាក់នៅ ប្រាក់រង្វាន់អតីតភាពការងារ ប្រាក់បំណាច់អតីតភាពការងារ ប្រាក់ថ្លៃបាយ និងប្រាក់រង្វាន់ការងារទៀតទាត់។

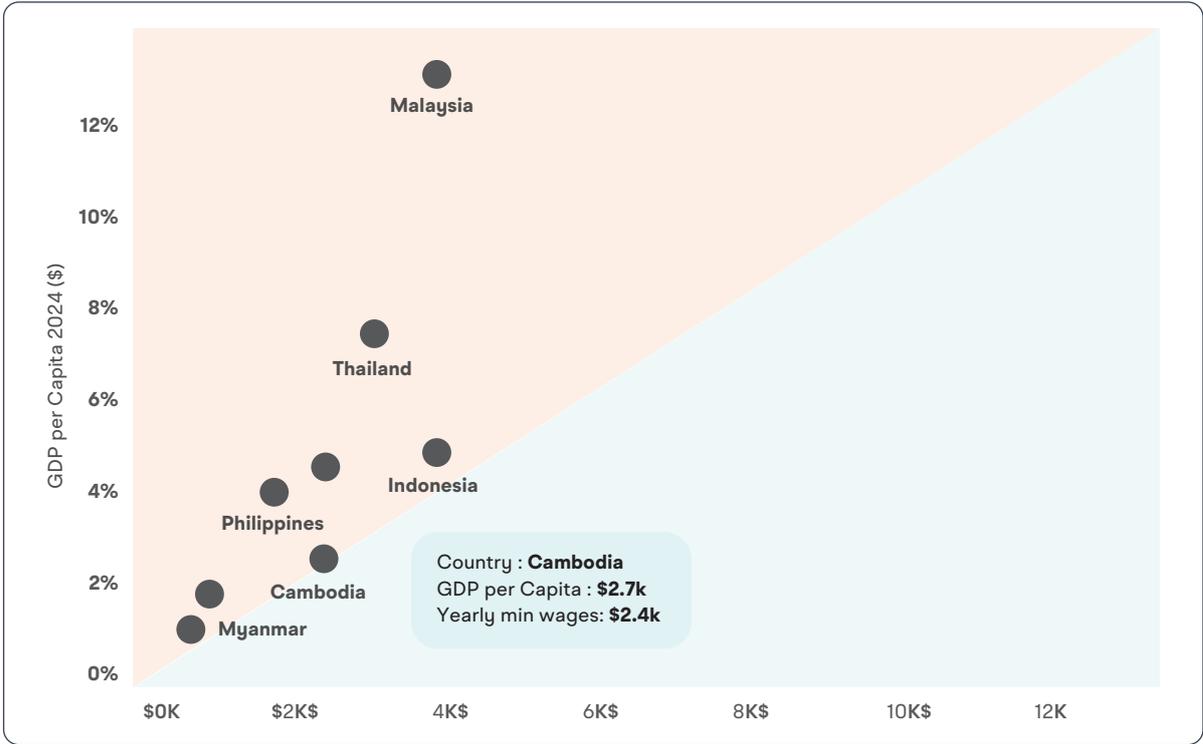
ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់កម្ពុជានាពេលបច្ចុប្បន្នគឺខ្ពស់ជាងប្រទេសវៀតណាមបន្តិច (154 ដុល្លារ-198 ដុល្លារ) និងបង់ក្លាដែស (117 ដុល្លារចាប់តាំងពីថ្ងៃទី 1 ខែធ្នូ ឆ្នាំ 2023) ដែលជាដៃគូប្រកួតប្រជែងសំខាន់ពីរបស់កម្ពុជាក្នុងវិស័យ GFT ។²⁶

រូបភាព 19: ការផ្លាស់ប្តូរប្រាក់ឈ្នួលរបស់កម្មករនិយោជិតក្នុងវិស័យ GFT កម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ 2018-2024



ប្រភព: IEC GFT Dashboard, ទិន្នន័យពី TAFTAC

រូបភាព 20: ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាធៀបនឹង GDP ក្នុងមនុស្សម្នាក់នៅក្នុងប្រទេសដែលត្រូវបានជ្រើសរើសក្នុងឆ្នាំ2024



ប្រភព: ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាពីក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ; GDP ក្នុងមនុស្សម្នាក់ពី IMF (2024); Country-economy.com.

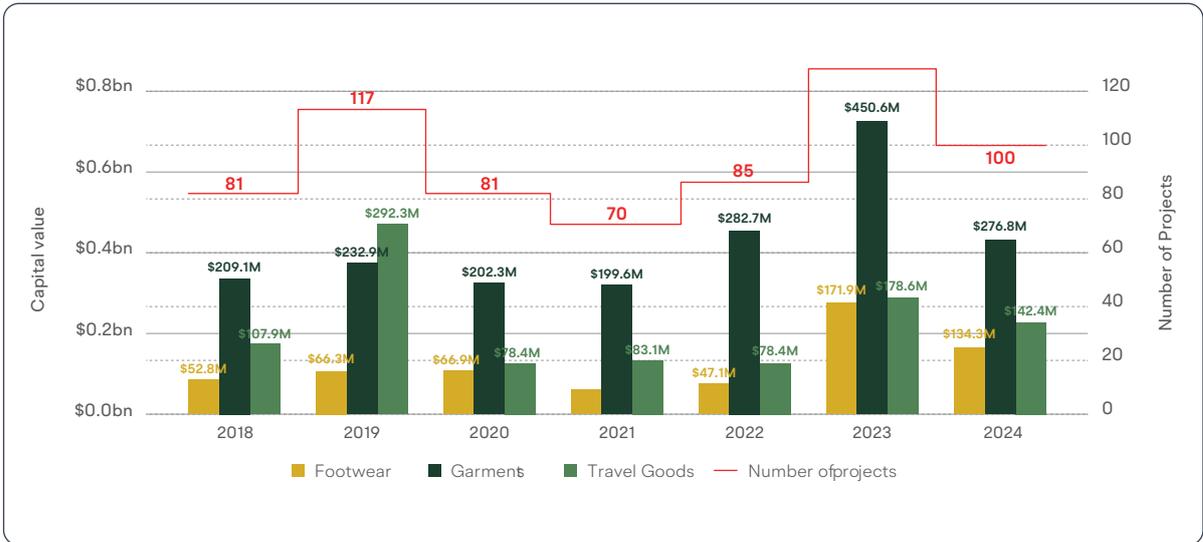
បច្ចុប្បន្នកម្ពុជាអនុវត្តប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមាជាពិសេសសម្រាប់វិស័យ GFT ហើយបើប្រៀបធៀបលើមូលដ្ឋានប្រចាំឆ្នាំ គឺ មានកម្រិតខ្ពស់ធៀបទៅនឹងផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបសម្រាប់មនុស្សម្នាក់(GDP) និងប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៅក្នុងប្រទេសអាស៊ានផ្សេងៗទៀត (រូបភាពទី 20) ដែលបង្ហាញពីសារៈសំខាន់នៃវិស័យនេះក្នុងការបង្កើតប្រាក់ចំណូលសម្រាប់ពលកម្ម។ ដូច្នេះ ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៃកម្រិតខ្ពស់បើធៀបនឹងប្រទេសផ្សេងទៀត។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ តម្លៃពលកម្មកើនឡើងក៏ដាក់សម្ពាធលើរោងចក្រ CMT ដែលដំណើរការក្នុងកម្រិតទាបផងដែរ។ នៅពេលដែលប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមានៅតែបន្តកើនឡើង ការបង្កើនផលិតភាពនិងការកាត់បន្ថយពេលវេលានិងការចំណាយនៃការធ្វើអាជីវកម្មនឹងចាំបាច់ដើម្បីរក្សាភាពប្រកួតប្រជែងនៃវិស័យGFT។

វិនិយោគ

ការវិនិយោគក្នុងវិស័យGFTនៅកម្ពុជាមានការឡើងចុះក្នុងអំឡុងឆ្នាំ2018-2024 ដែលមានទឹកប្រាក់សរុបចំនួន 3.4 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិកលើគម្រោងចំនួន665។ វិស័យកាត់ដេរមានចំនួន 55% នៃការវិនិយោគGFT កើនឡើងក្នុងអំឡុងពេល2018-2024។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ បន្ទាប់ពីវិនិយោគការកើនឡើងពីឆ្នាំ2021 ដល់ឆ្នាំ2023 ការវិនិយោគលើវិស័យទាំងបីបានធ្លាក់ចុះនៅឆ្នាំ2024 ដោយបានកត់ត្រាការថយចុះសរុបចំនួន31%។

¹ 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.

រូបភាព 21: ការវិនិយោគនៅក្នុងវិស័យ GFT កម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ2018-2024

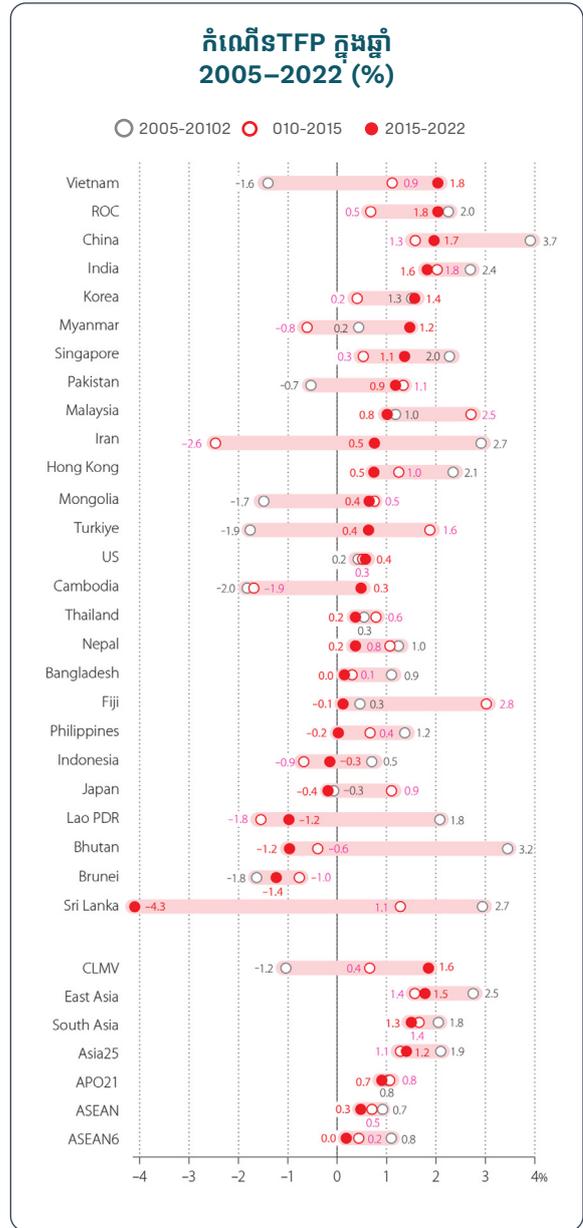
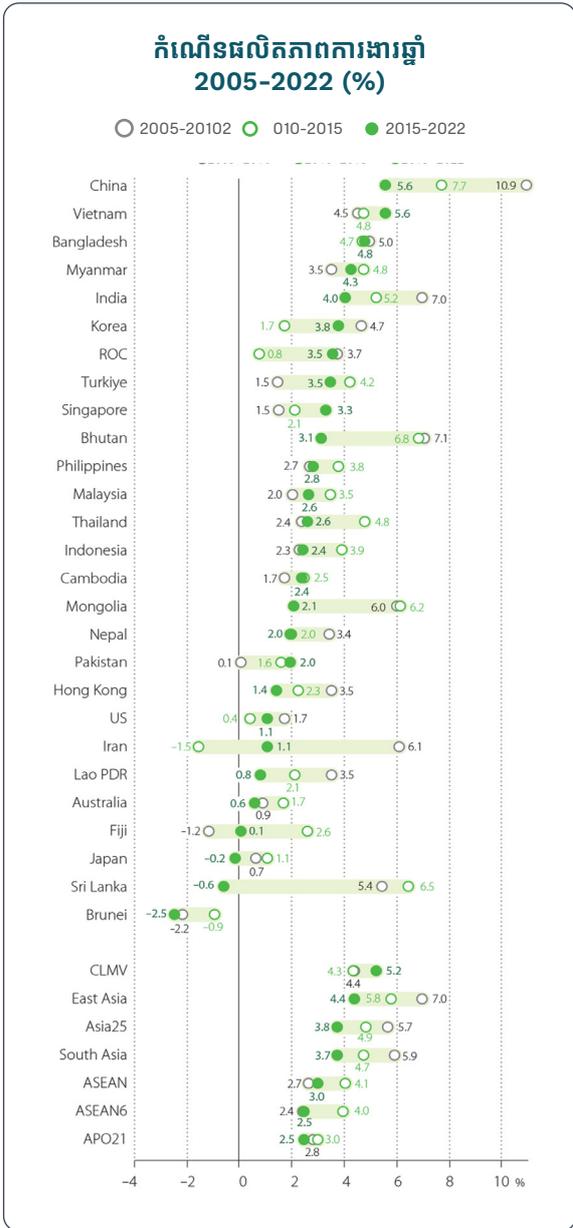


ប្រភព: IEC GFT Dashboard

ផលិតភាព

យោងតាមអង្គការផលិតភាពអាស៊ី(ឆ្នាំ2024) ផលិតភាពការងាររបស់កម្មករនិយោជិតម្នាក់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានកម្រិតទាបបំផុតបើធៀបនឹងដៃគូអាស៊ានផ្សេងទៀត។ នៅឆ្នាំ2022 ផលិតភាពការងារសម្រាប់កម្មករនិយោជិតម្នាក់នៅកម្ពុជា 8,300 ដុល្លារ²⁷ ទាបជាងប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ា (8,400 ដុល្លារ) និងប្រទេសឡាវ (15,000 ដុល្លារ) វៀតណាម (23,000 ដុល្លារ) និងក្រុម CLMV (ជាមធ្យម 18,300 ដុល្លារ)។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ប្រទេសកម្ពុជាបានបង្ហាញនូវកំណើនផលិតភាពការងារខ្ពស់ (គណនាជាកំណើននៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបក្នុងមួយម៉ោង) និងកំណើនផលិតភាពកត្តាសរុប (គណនាជាកំណើននៃទិន្នផលក្នុងមួយបន្ទុំនៃកម្លាំងពលកម្ម និងធាតុចូលមូលធន) ក្នុងឆ្នាំ 2015-2022 (រូបភាព 22)។ វាត្រូវបានព្យាករថាផលិតភាពរបស់កម្ពុជានឹងបន្តកើនឡើងក្នុងអំឡុងឆ្នាំ 2024-2025 ដែលជាលទ្ធផលនៃកំណើនរួមគ្នានៃគុណភាពការងារ ធាតុចូលកម្លាំងពលកម្ម និងកំណើននៃទុនបម្រុង ដែលអាចរួមចំណែកដល់ការលឿនទៅរកផលិតភាពក្នុងតំបន់ និងសកល។

រូបភាព 22: កំណើនផលិតភាពរបស់កម្ពុជា



(%: average annual growth rate)	1970	1980	1990	2000	2010	2015	2019	2020	2021	Projection			
	-80	-90	-2000	-10	-22	-22	-20	-21	-22	2022-25	2025-30	2030-35	2022-35
GDP growth	-6.3	4.2	6.2	7.7	4.8	5.1	0.2	3.5	3.6	5.5	6.0	6.0	5.9
Labor input growth	-0.2	4.0	6.1	4.6	4.0	3.1	-1.1	4.0	1.3	1.5	2.0	2.0	1.9
labor quality growth	0.4	0.8	1.6	0.9	1.6	0.4	-1.6	1.7	-0.2	2.2	2.0	2.1	2.1
Hours worked growth	-0.7	3.2	4.5	3.6	2.4	2.7	0.5	2.3	1.4	-0.7	0.0	-0.1	-0.2
college labor input growth	3.9	7.6	8.0	14.0	7.2	7.2	0.3	3.8	1.4	2.1	3.3	4.1	3.3
non-college labor input growth	-0.3	3.7	6.0	4.1	3.8	2.8	-1.2	4.0	1.2	1.4	1.8	1.8	1.7
ICT capital input growth	-23.4	-1.4	22.6	16.0	16.4	7.9	-1.4	-4.6	4.0	14.1	9.7	13.3	12.1
Non-ICT capital input growth	2.4	0.4	4.5	8.8	7.0	6.9	7.2	6.4	6.0	6.2	6.9	7.2	6.9
Per-worker labor productivity growth	-5.7	0.9	2.3	4.4	2.7	3.2	1.7	1.7	2.2	5.3	5.4	5.8	5.5
Capital productivity growth	--0.1	0.0	-4.1	-8.7	-7.0	-6.9	-7.1	-6.3	-5.9	-0.8	-1.0	-1.3	-1.0
TFP growth	-7.4	2.5	1.0	0.8	-0.6	0.3	-2.5	-1.5	0.3	1.9	1.8	1.7	1.8

ប្រភព: APO Productivity Databook 2024

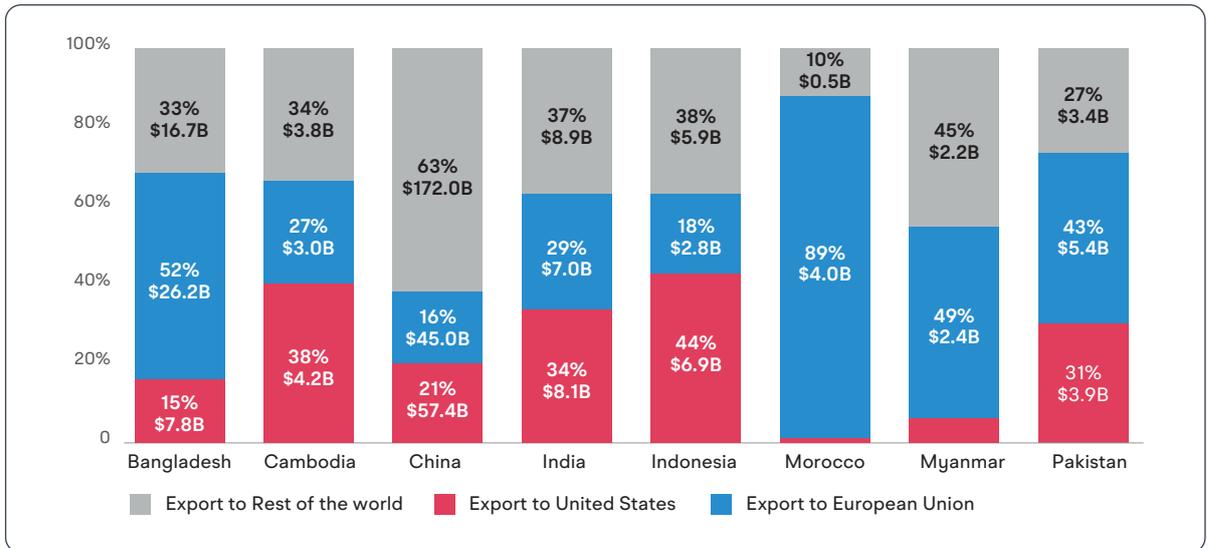
5. ការផ្លាស់ប្តូរពន្ធរបស់សហរដ្ឋអាមេរិក៖ ហានិភ័យ និងឱកាសរបស់កម្ពុជា សម្រាប់វិស័យ GFT

ជាថ្មីម្តងទៀត ទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មសកលគឺនៅលើផ្លូវបំបែកនៅឆ្នាំ2025 ជាមួយនឹងការត្រឡប់មកវិញរបស់លោក ដូណាល់ត្រាំ នៅពេលដែលប្រធានាធិបតីសហរដ្ឋអាមេរិកធ្វើឱ្យកើតមានឡើងជាថ្មីនូវភាពមិនច្បាស់លាស់លើគោលនយោបាយពន្ធ។ ជាផ្នែកមួយនៃរបៀបរារះគោលនយោបាយទូលំទូលាយរបស់ខ្លួន លោកត្រាំបានបង្ហាញពីការជំរុញជាថ្មីសម្រាប់ “ពាណិជ្ជកម្មទៅវិញទៅមក” ដោយផ្តោតលើប្រទេសដែលមានអតិរេកពាណិជ្ជកម្មទល់នឹងសហរដ្ឋអាមេរិក។ ក្នុងវិស័យGFT កម្ពុជាបានទទួលផលប្រយោជន៍តែពីការអនុគ្រោះពន្ធដាររបស់សហរដ្ឋអាមេរិកក្នុងវិស័យផលិតផលធ្វើដំណើរ ហើយបានធ្វើការជួញដូរជាមួយសហរដ្ឋអាមេរិកក្នុងអត្រា MFN សម្រាប់ផលិតផលកាត់ដេរ និងស្បែកជើង។ សូមបញ្ជាក់ថា ទិន្នន័យពាណិជ្ជកម្មរបស់សហរដ្ឋអាមេរិកជាមួយកម្ពុជាបានកើនឡើងទ្វេដងចន្លោះឆ្នាំ 2020 ដល់ឆ្នាំ2024 (ពី 6.5 ពាន់លានដុល្លារដល់ 13 ពាន់លានដុល្លារ) ហើយកម្ពុជាឡូរនេះជាប់ចំណាត់ថ្នាក់ទី 18 ដែលមានអតិរេកច្រើនជាងទីផ្សារសហរដ្ឋអាមេរិក។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ការកំរាមកំហែងនៃការដាក់ពន្ធថ្មីនឹងបន្ថែមនឹងនាំមកនូវភាពមិនច្បាស់លាស់សម្រាប់អាជីវកម្មនៅទូទាំងប្រទេស។

ការពឹងផ្អែកលើការនាំចេញផ្នែកGFTរបស់កម្ពុជាលើសហរដ្ឋអាមេរិកគឺសំខាន់បើប្រៀបធៀបទៅនឹងអ្នកនាំចេញGFTសំខាន់ៗផ្សេងទៀត ដែលធ្វើឱ្យកាន់តែងាយរងគ្រោះចំពោះការផ្លាស់ប្តូរពន្ធគយ និងការផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយពាណិជ្ជកម្ម។ រូបភាពទី 23 បង្ហាញថា 38% (4 ពាន់លានដុល្លារ) នៃការនាំចេញរបស់កម្ពុជាគឺទៅកាន់សហរដ្ឋអាមេរិក ដែលបង្ហាញពីការពឹងផ្អែកខ្ពស់ជាងបើធៀបនឹងប្រទេសបង់ក្លាដែស (15%) និងចិន (21%) ប៉ុន្តែទាបជាងប្រទេសឥណ្ឌូនេស៊ី (44%) និងប៉ាគីស្ថាន (31%)។ នៅសល់ 62% នៃការនាំចេញរបស់កម្ពុជាគឺទៅកាន់ទីផ្សារពិភពលោកផ្សេងៗទៀត ដូចជា សហភាពអឺរ៉ុប (27% នៃការនាំចេញGFT) ប៉ុន្តែនៅតែប្រឈមមុខនឹងសហរដ្ឋអាមេរិកច្រើនជាងដៃគូប្រកួតប្រជែងដូចជាចិន និងឥណ្ឌូនេស៊ី ដែលមានរចនាសម្ព័ន្ធនាំចេញមានតុល្យភាពជាសកលជាង។

ប្រសិនបើពន្ធអាមេរិកលើកម្ពុជាកើនឡើង ការបង្វែរពាណិជ្ជកម្មទំនងជាឆ្ពោះទៅប្រទេសបង់ក្លាដែស វៀតណាម និងឥណ្ឌូនេស៊ី ដែលមានការពឹងផ្អែកទាបលើសហរដ្ឋអាមេរិក ហើយអាចផ្តល់ជម្រើសប្រកួតប្រជែង។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ប្រទេសទាំងនោះអាចនឹងប្រឈមមុខនឹងជោគភាសនាដូចគ្នាទៅនឹងកម្ពុជាទាក់ទងនឹងការដំឡើងពន្ធ។

រូបភាព 23: ការពឹងផ្អែកការនាំចេញទៅលើទីផ្សារសហភាពអឺរ៉ុបនិងអាមេរិក និងអ្នកនាំចេញGFTសំខាន់ៗដទៃទៀត ឆ្នាំ២០២៣



ប្រភព: IEC based on UNComtrade (2024). សម្គាល់: ទិន្នន័យកញ្ជក់ត្រូវបានប្រើសម្រាប់ប្រទេសបង់ក្លាដែស

ក្នុងការប្រកាសក្លាយរបស់លោក ត្រាំ រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជាបានចេញលិខិតជូនឯកអគ្គរដ្ឋទូតសហរដ្ឋអាមេរិក ប្រាប់ថា រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាកំពុងកាត់បន្ថយពន្ធនាំចូលពីអាមេរិកមកកម្ពុជាពី ៣៥% ទៅ ៥%។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ នៅក្នុងបញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ ទំនិញ GFT មិនត្រូវបានលើកឡើងទេ។

ការប្រៀបធៀបពន្ធអាមេរិកលើផលិតផលកម្ពុជា និងពន្ធរបស់កម្ពុជាលើផលិតផលអាមេរិកបង្ហាញពីភាពខុសគ្នាបន្តិចបន្តួច។ តារាងទី 2 រាយបញ្ជីពន្ធគយដែលកម្ពុជាប្រឈមមុខពីសហរដ្ឋអាមេរិកក្នុងវិស័យ GFT និងប្រាសមកវិញ។ ខណៈពេលដែលពន្ធគយក្នុងវិស័យ GFT មានភាពស្រដៀងគ្នាយ៉ាងទូលំទូលាយ តារាងទី 2 បង្ហាញពីភាពខុសគ្នាបន្តិចបន្តួចរវាងពន្ធរបស់សហរដ្ឋអាមេរិកលើផលិតផលកម្ពុជា និងពន្ធរបស់កម្ពុជាលើផលិតផលសហរដ្ឋអាមេរិក។

បើទោះជាទិន្នន័យពន្ធមានលក្ខណៈស្រដៀងគ្នាក៏ដោយ ក៏វិស័យ GFT របស់កម្ពុជាដែលពឹងផ្អែកខ្លាំងលើការចូលប្រើប្រាស់ទីផ្សាររបស់សហរដ្ឋអាមេរិក នឹងនៅតែងាយទទួលរងនូវការធ្លាក់ចុះសេដ្ឋកិច្ច។ តួលេខ 24 ខាងក្រោមបង្ហាញពីប្រភពកំពូលនៃសម្លៀកបំពាក់ និងស្បែកជើងចូលសហរដ្ឋអាមេរិកសម្រាប់ឆ្នាំ 2024។

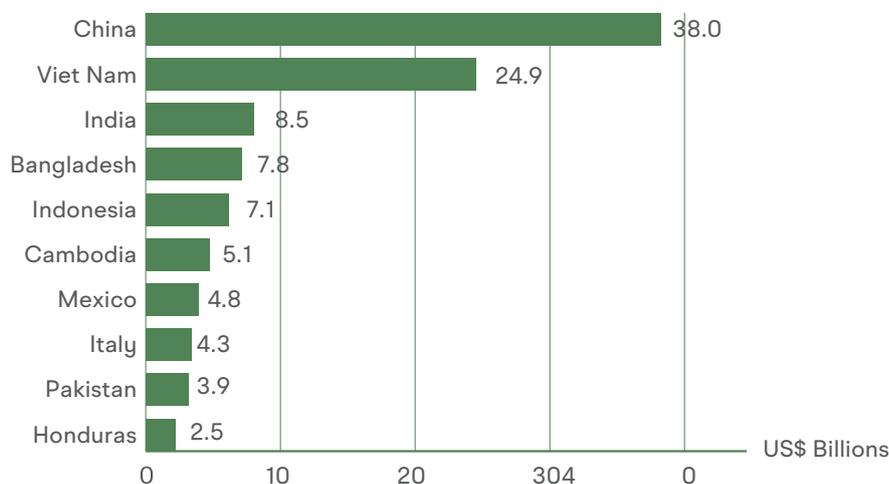
តារាង 2 : ពន្ធគយរវាងកម្ពុជា អាមេរិកនៅក្នុងវិស័យGFT

លេខកូដ	ពិពណ៌នាអំពីផលិតផល	ពន្ធគយអាមេរិកចំពោះកម្ពុជា		ពន្ធគយកម្ពុជាចំពោះអាមេរិក	
		របបពន្ធគយ	AVE	របបពន្ធគយ	AVE
4202	Trunks, suitcases, vanity cases, executive cases, travelling bags, etc	GSP preference	4%	General tariff	7%
61	Articles of apparel and clothing accessories, knitted or crocheted	MFN duties	14%	General tariff	15%
62	Articles of apparel and clothing accessories, not knitted or crocheted	MFN duties	11%	General tariff	15%
63	Other made-up textile articles; sets; worn clothing and worn textile articles; rags	MFN duties	8%	General tariff	7%
64	Footwear, gaiters and the like; parts of such articles	MFN duties	12%	General tariff	12%

ប្រភព: ITC Market Access Map (2025)

សម្គាល់: Average duty rate for the 2 digits classification covering all materials

រូបភាព 24: ប្រភពនាំចូលកំពូលចំនួន10សម្រាប់ HS 61-64 (សម្លៀកបំពាក់និងស្បែកជើង)សម្រាប់អាមេរិកក្នុងឆ្នាំ2024



ប្រភព: IEC based on ITC Trademap (2025).

6. អនុសាសន៍

តារាងខាងក្រោមសង្ខេបពីកត្តាម្យ៉ាង ភាពខ្សោយ ឱកាស និងការគំរាមកំហែង (SWOT) ដែលជះឥទ្ធិពលលើវិស័យ GFT របស់កម្ពុជា និងអនុសាសន៍សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនក្នុងវិស័យ GFT ក្នុងការទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីឱកាស និងទប់ទល់នឹងហានិភ័យសម្រាប់កំណើនរយៈពេលវែងរបស់វិស័យនេះ។

S ភាពខ្លាំង

កត្តា	នុសាសន៍សម្រាប់សកម្មភាព
កំណើនជាបន្តនៃការផលិតនិងការវិនិយោគ GFT ក្នុងស្រុក	ការពង្រីកសមត្ថភាពទូទាំងខ្សែច្រវាក់តម្លៃដោយការអភិវឌ្ឍឧស្សាហកម្មគាំទ្រ (ក្រណាត់ ខ្សែរ៉ូត ឡេរ ស្លាក ការរចនាបំពាក់) និងសេវាកម្ម (ការរចនា ការចែកចាយ ការធ្វើទីផ្សារ)
ស្ថិរភាពនយោបាយ ការចំណាយទាបនៃការបង្កើត ក្របខ័ណ្ឌអំណោយផលសម្រាប់ FDI នៅក្នុងវិស័យកាត់ដេរ	ផ្សព្វផ្សាយអំពីមុខមាត់របស់កម្ពុជាទៅកាន់វិនិយោគិនបរទេសដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់ការវិនិយោគសក្តានុពល។ បន្តផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់ការវិនិយោគក្នុងវិស័យដែលអនុគ្រោះ។ បញ្ចូលគ្នានូវការតម្រូវការផ្នែកនិរន្តរភាពនិងផ្នែកបែតង សម្រាប់ការវិនិយោគ
ភាពអាចរកបាននៃកម្លាំងពលកម្ម	អនុវត្តកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈដើម្បីកែលម្អជំនាញកម្លាំងពលកម្ម ផលិតភាព និងតម្លៃបន្ថែម។
ថ្លៃផលិតមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែង	ប្រើប្រាស់ស្វ័យប្រវត្តិកម្ម និងបច្ចេកទេសផលិតកម្មឆ្លាតវៃ ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធផលនិងលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផល។ សម្រួលដំណើរការផលិតកម្ម និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពការប្រើប្រាស់ធនធានតាមរយៈគោលការណ៍ផលិតកម្មlean។
កំណើនការងារជាបន្ត និងផលិតភាពសរុប	រក្សាកំណើនដោយការបន្តបង្កើនជំនាញការងារ ការវិនិយោគលើមូលធនបច្ចេកវិជ្ជា និងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងការងារ។

W

ភាពខ្សោយ

កត្តា	នុសាសន៍សម្រាប់សកម្មភាព
ការផលិតសម្រាប់ម៉ូដដែលមានការផ្លាស់ប្តូរលឿន និងការបញ្ជាទិញក្នុងចំនួនតិច	អភិវឌ្ឍសមត្ថភាពផ្ទៃក្នុងលើលទ្ធកម្ម ផលិតកម្មនិងការគ្រប់គ្រងដើម្បីសម្របសម្រួលធាតុចូលច្រើន។
ការបង្កើនការតម្រូវផ្នែកនិរន្តរភាពដោយស្ម័គ្រចិត្តនិងជាកាតព្វកិច្ច	បង្កើនការយល់ដឹង និងសមត្ថភាពរាយការណ៍សម្រាប់ការតម្រូវផ្នែកនិរន្តរភាពដោយស្ម័គ្រចិត្ត និងជាកាតព្វកិច្ច។ លើកទឹកចិត្តការទទួលបានការបញ្ជាក់អំពីនិរន្តរភាព (ដូចជា LEEDS, LABS, ETP, Model Green Factory ។ល។) ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធផល និរន្តរភាព និងសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែងរបស់រោងចក្រផលិត។ បង្កើតតំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេសបៃតង(SEZs)។
ថ្លៃដឹកជញ្ជូនខ្ពស់	កែលម្អថ្លៃតាមដាន បន្ថែមទូរចង្ហើងឯកទេសថ្មីសម្រាប់កុងតឺន័រ ពន្លឿនការពង្រីកកំពង់ផែ ក្រុងព្រះសីហនុដល់ដំណាក់កាលទី 2 និងទី 3 ។
ថ្លៃអគ្គិសនីខ្ពស់	កាត់បន្ថយថ្លៃអគ្គិសនីសម្រាប់គ្រឹះស្ថានឧស្សាហកម្ម ព្រោះវានឹងជំរុញឱ្យមានការប្រើប្រាស់ស្វ័យប្រវត្តិកម្ម និងគ្រឿងម៉ាស៊ីនទំនើប។
ភាពលំបាកក្នុងការដំឡើងដំបូលសូឡាដោយសារការបង់ពន្ធខ្ពស់	លុបចោល ឬកាត់បន្ថយឱ្យបានច្រើនចំពោះ “ថ្លៃប៉ះប៉ូវ” លើប្រព័ន្ធដំបូលសូឡា និងផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់ការដំឡើងដូចគ្នា។
ជំនាញនិងសមត្ថភាពនៅមានកម្រិត ការកើនឡើងប្រាក់ឈ្នួលនិងថ្លៃពលកម្ម	ប្រើប្រាស់ស្វ័យប្រវត្តិកម្ម និងបច្ចេកទេសផលិតកម្មឆ្លាតវៃ ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធផលនិងលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផល។ សម្រួលដំណើរការផលិតកម្ម និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពការប្រើប្រាស់ធនធានតាមរយៈគោលការណ៍ផលិតកម្មlean។



ឱកាស

កត្តា	នុសាសន៍សម្រាប់សកម្មភាព
តម្រូវការកើនឡើងនៅក្នុងទីផ្សារសំខាន់ៗ	ការបញ្ចូលគ្នានៃអ្នកលក់និងអ្នកទិញអន្តរជាតិ ជាយុទ្ធសាស្ត្រ
ការបង្កើនការទិញទំនិញតាមអ៊ិនធឺណិត ជាពិសេសតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម	លើកកម្ពស់បរិវត្តន៍ដីថលសម្រាប់រោងចក្រ ផលិត GFT និងអ្នកចែក
ការផលិតសម្រាប់ម៉ូដែលដែលមានការផ្លាស់ប្តូរ លឿន និងការបញ្ជាទិញក្នុងចំនួនតិច	អភិវឌ្ឍសមត្ថភាពផ្ទៃក្នុងលើលទ្ធកម្ម ផលិត កម្មនិងការគ្រប់គ្រងដើម្បីសម្របសម្រួល ធាតុចូលច្រើន។
ការបង្កើនការតម្រូវផ្នែកនិរន្តរភាពដោយស្ម័គ្រ ចិត្តនិងធានាភាពព្រឹត្តិ	បង្កើនការយល់ដឹងនិងសមត្ថភាពការណ៍ សម្រាប់ការតម្រូវផ្នែកនិរន្តរភាពដោយ ស្ម័គ្រចិត្តនិងធានាភាពព្រឹត្តិ។លើកទឹកចិត្តការ ទទួលបានការបញ្ជាក់អំពីនិរន្តរភាព (ដូចជា LEEDS, LABS, ETP, Model Green Factory ។ល។) ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធផល និរន្តរភាព និងសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែង របស់រោងចក្រផលិត។បង្កើតតំបន់សេដ្ឋកិច្ច ពិសេសបៃតង(SEZs)។
ការច្នៃប្រឌិតក្នុងការផលិត (ស្វ័យប្រវត្តិកម្ម ការផលិតឆ្លាតវៃ ឌីជីថលកម្ម និងAI	លើកកម្ពស់ការទទួលយកដំណោះស្រាយ ផលិតកម្មប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និង ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មី។
សក្តានុពលនៃការបង្វែរពាណិជ្ជកម្មចេញពី ការផ្លាស់ប្តូរពន្ធគយរបស់អាមេរិកនិងការ ផ្លាស់ប្តូរខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់	ពង្រឹងភាពវៃឆ្លាតវៃទីផ្សារ ចូលរួមក្នុងពិព័រណ៍ ពាណិជ្ជកម្ម និងប្រើប្រាស់វេទិកាឌីជីថល ដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនថ្មី។កែលម្អតម្លាភាព នៃផលិតកម្ម ការទទួលយកស្តង់ដារគុណភាព សកល និងផ្តល់លក្ខខណ្ឌកិច្ចសន្យាដែលមាន លក្ខណៈប្រកួតប្រជែងដល់អ្នកវិនិយោគថ្មី។

T

ការគំរាមកំហែង

កត្តា	នុសាសន៍សម្រាប់សកម្មភាព
ការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងពីអ្នកនាំចេញ GFT ផ្សេងៗទៀត។	បង្កើនផលិតភាព និងកាត់បន្ថយថ្លៃដើមផលិតកម្មដើម្បីរក្សាភាព
ភាពមិនប្រាកដប្រជាដែលកើតចេញពីក្តី បារម្ភខាងអាកាសធាតុបញ្ជាតូមិសាស្ត្រនយោបាយសេដ្ឋកិច្ចខ្សោយប៉ះពាល់ដល់តម្រូវការ	ធ្វើពិពិធកម្មទីផ្សារនាំចេញ ដៃគូ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងបណ្តាញភស្តុភារ
ភាពងាយរងគ្រោះនៃការនាំចេញដោយសារការពឹងផ្អែកលើទីផ្សារលោកខាងលិច	ផ្តោតលើការពង្រីកការនាំចេញទៅកាន់ទីផ្សារក្នុងតំបន់ ក្នុងអាស៊ានស្របតាមតម្រូវការទីផ្សាររបស់ពួកគេ។ បង្កើតភាពជាដៃគូជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ក្នុងតំបន់ ដើម្បីបង្កើនលទ្ធភាព
ហានិភ័យនៃការរឹតបន្តឹងពាណិជ្ជកម្មនាពេលអនាគត	ផ្តល់អាទិភាពដល់ការអនុលោមតាមស្តង់ដារពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ និងការងារដើម្បីកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃពន្ធ ឬការរឹតបន្តឹងពាណិជ្ជកម្ម។
បរិយាកាសពាណិជ្ជកម្មសកលមិច្បាស់លាស់	បង្កើតផែនការបន្ទានដូចជាការកសាង ឃ្នាំងទុកស្តុកនិងមានផែនការសម្រាប់ជ្រើសរើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់ផ្សេងជំនួស។

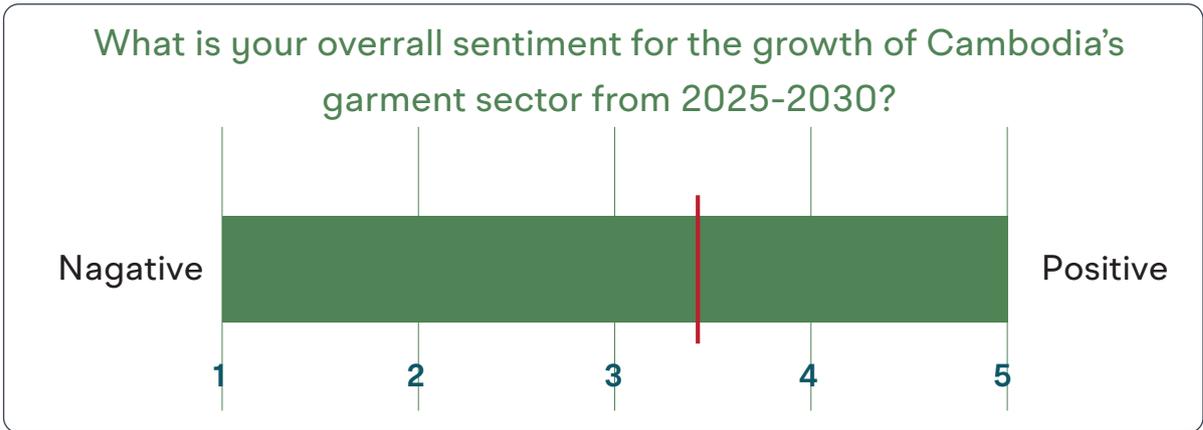
S = ភាពខ្លាំង W = ភាពខ្សោយ O = ឱកាស T = ការគំរាមកំហែង

ប្រភព: ការចងក្រងរបស់អ្នកនិពន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធទី 1: ចំណុចសំខាន់ៗពីការស្ទង់មតិ

ការឆ្លើយតបដំបូងពីការស្ទង់មតិរបស់ TAFTAC ក្នុងចំណោមរោងចក្រចាប់ពីខែមីនា ឆ្នាំ 2025 បង្ហាញពីអារម្មណ៍ផុរកិច្ច ក្នុងវិស័យ GFT លើការយល់ឃើញជារួមសម្រាប់កំណើននៃវិស័យនេះ: និន្នាការតូមិសាស្ត្រនយោបាយបច្ចុប្បន្ន និងការ គាំទ្ររបស់រដ្ឋាភិបាលសម្រាប់វិស័យនេះ។

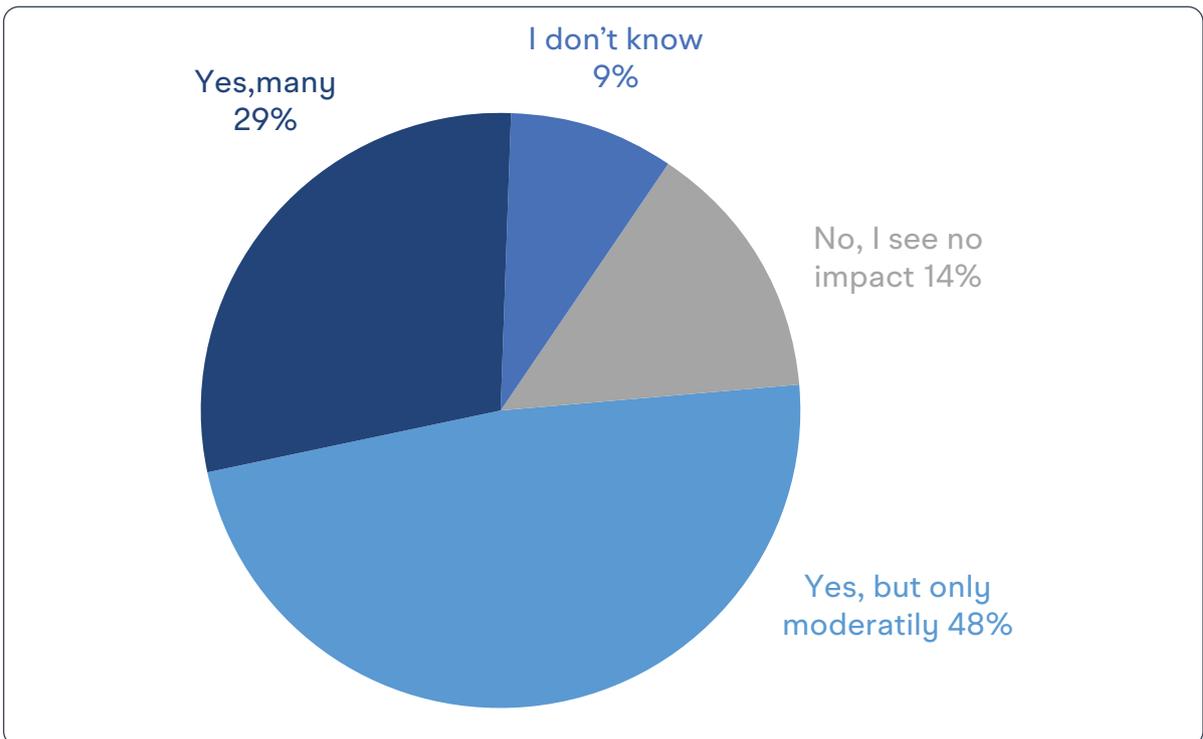
ការឆ្លើយតបពីការស្ទង់មតិអំពីកំណើនក្នុងវិស័យ



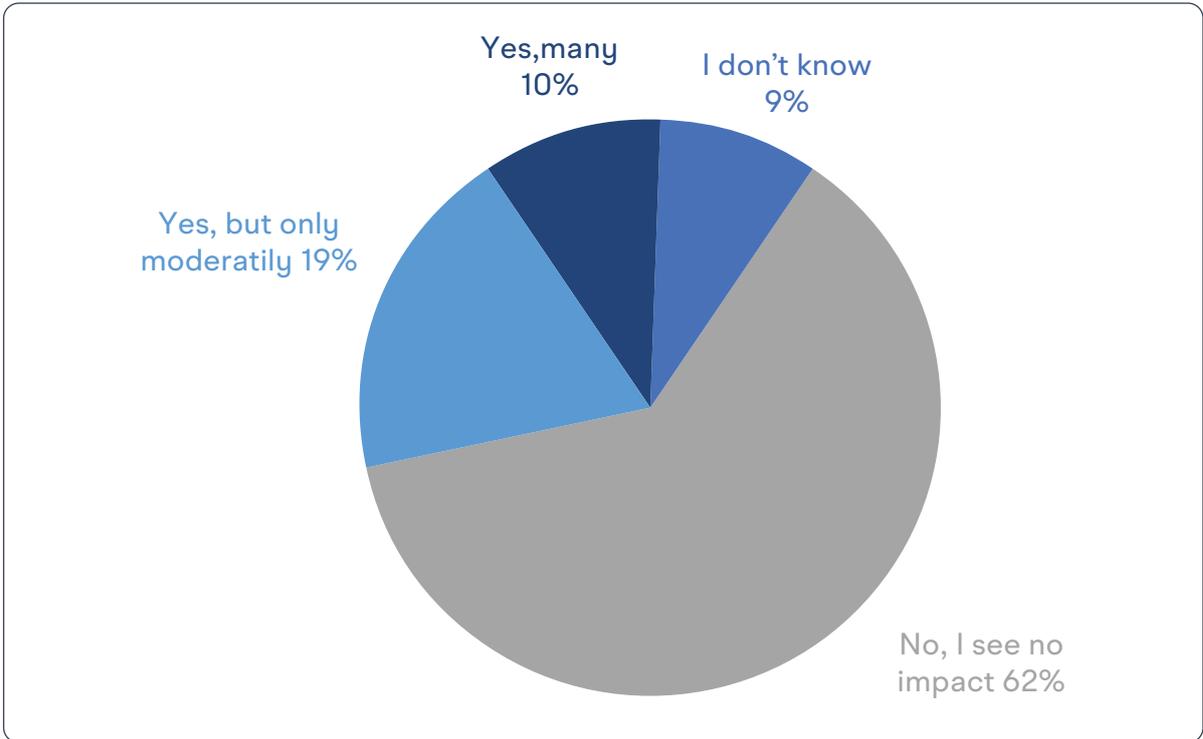
សម្គាល់៖ មធ្យមភាគនៃការឆ្លើយតប។ ចំនួននៃការឆ្លើយតប = 21។ ប្រភព៖ អ្នកនិពន្ធផ្អែកលើ TAFTAC (2025)។

ការឆ្លើយតបពីការស្ទង់មតិអំពីកត្តាតូមិសាស្ត្រនយោបាយ

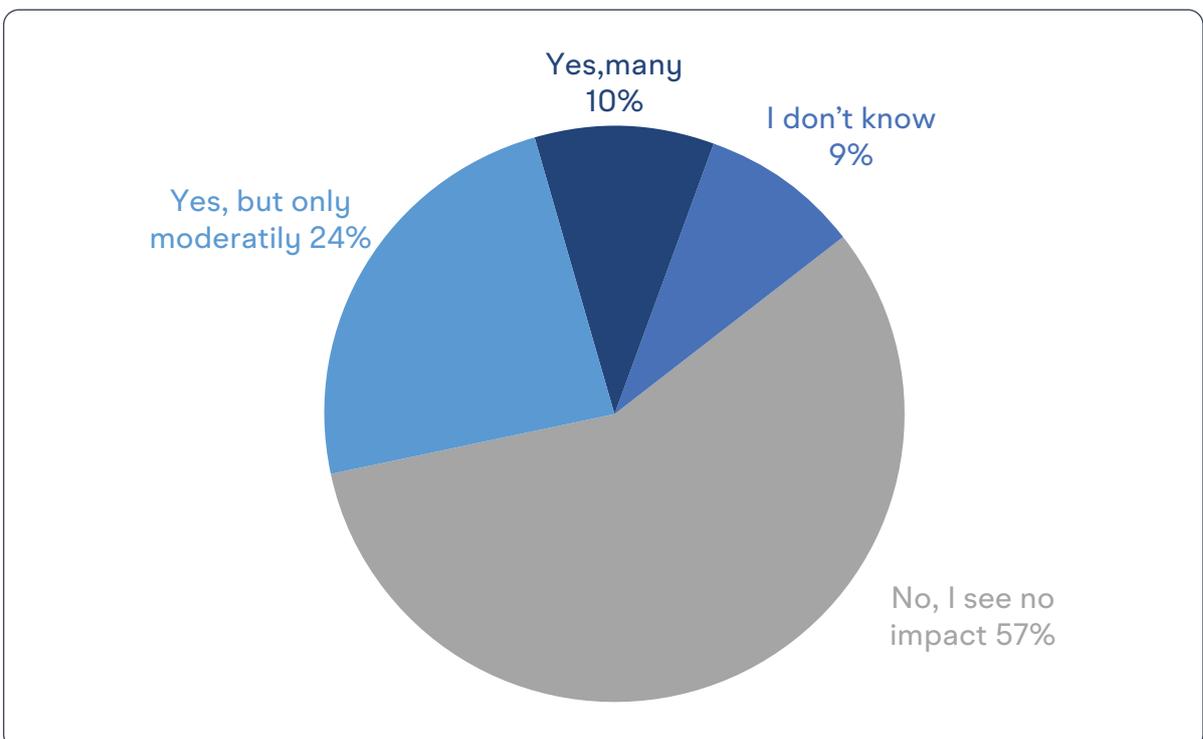
IS WESTERN “DE-RISKING” FROM CHINA AFFECTING YOUR BUSINESS? ARE YOU SEEING ORDERS BEING SHIFTED TO CAMBODIA?



**HAS THE POLITICAL INSTABILITY IN BANGLADESH
AFFECTED YOUR BUSINESS? ARE YOU SEEING ORDERS
BEING SHIFTED TO CAMBODIA BECAUSE OF THIS?**

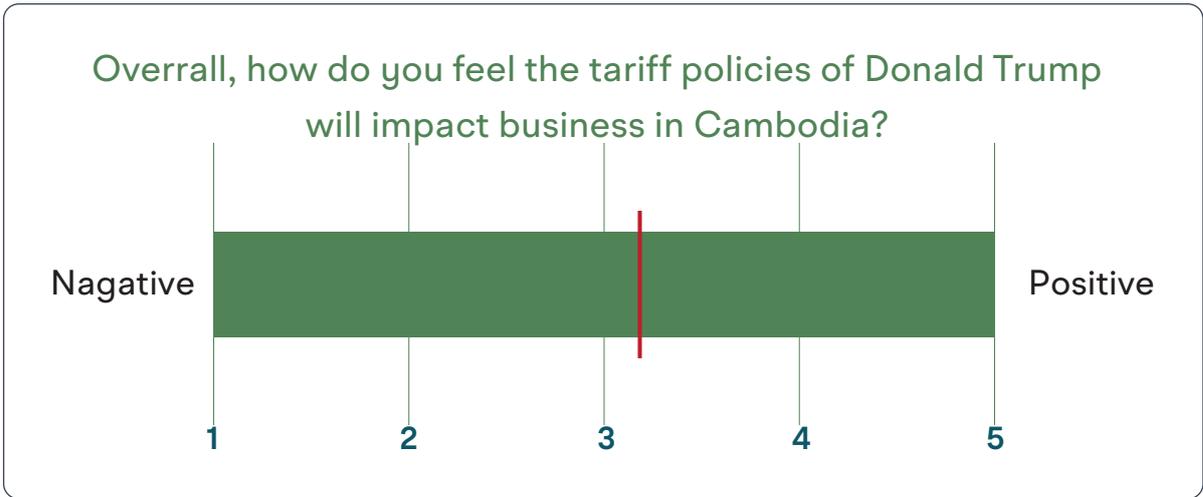


**HAS THE POLITICAL INSTABILITY IN MYANMA
AFFECTED YOUR BUSINESS? ARE YOU SEEING
ORDERS BEING SHIFTED TO CAMBODIA BECAUSE
OF THIS?**



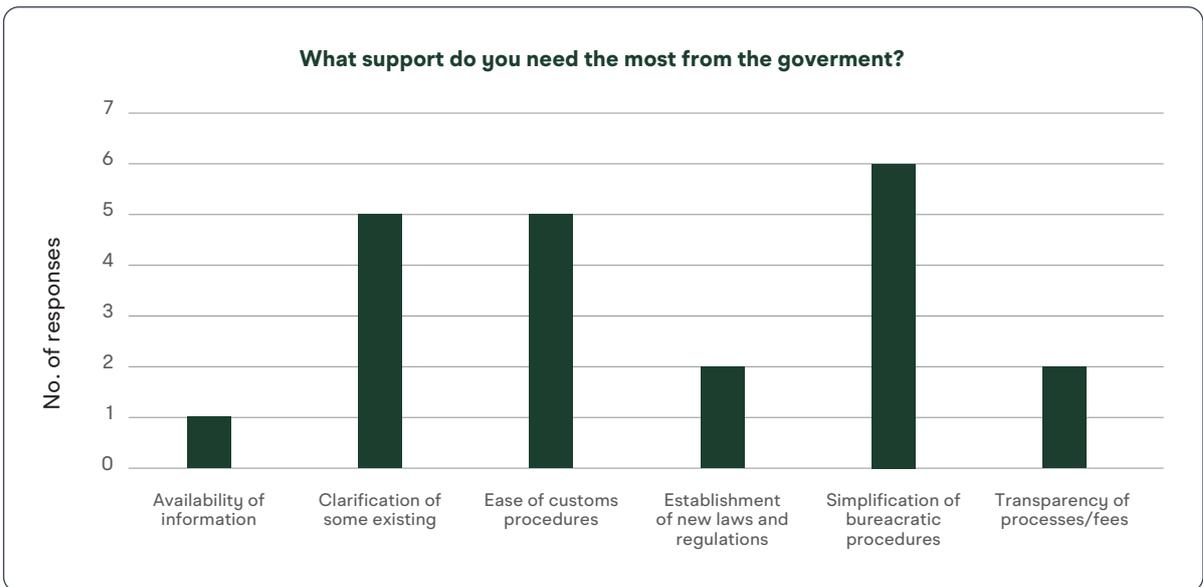
សម្គាល់៖ ចំនួននៃការឆ្លើយតប = 214 ប្រភព៖ អ្នកនិពន្ធផ្អែកលើ TAFTAC (2025)។

ការឆ្លើយតបពីការស្ទង់មតិអំពីការគាំទ្ររបស់រដ្ឋាភិបាល



សម្គាល់៖ ចំនួននៃការឆ្លើយតប = 214 ប្រភព៖ អ្នកនិពន្ធផ្អែកលើ TAFTAC (2025)។

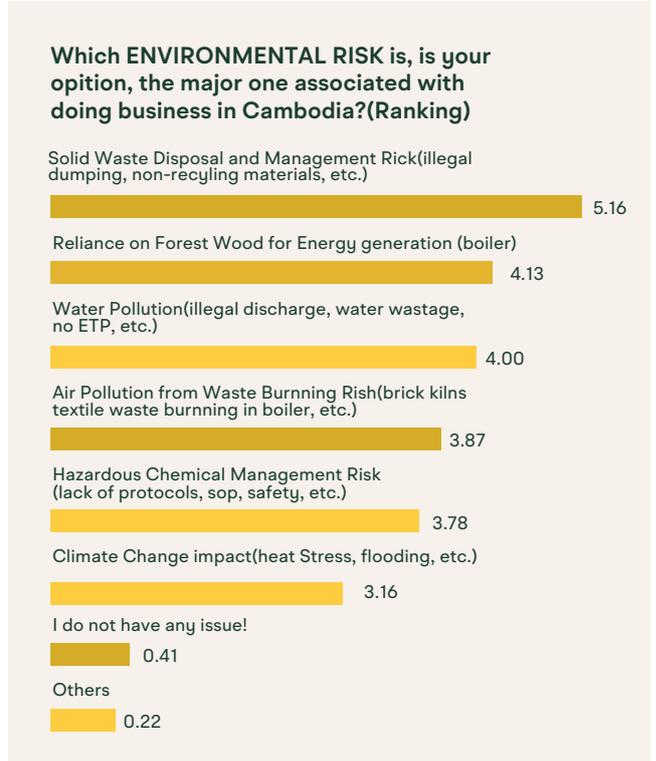
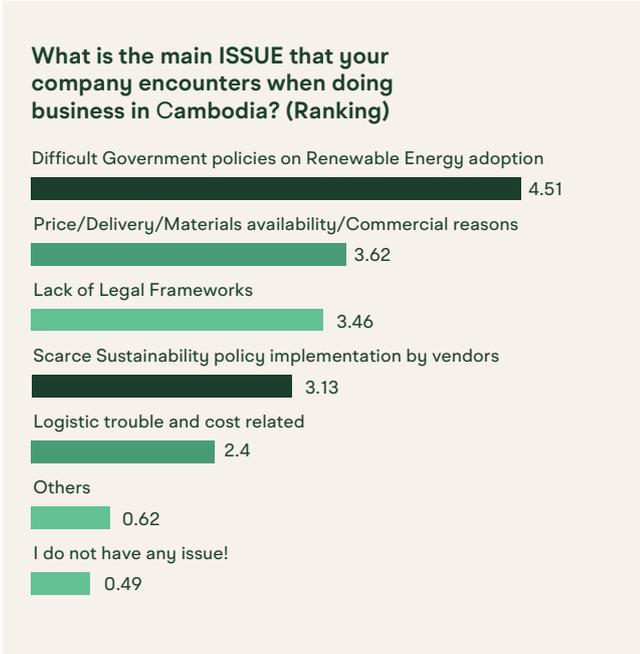
ការឆ្លើយតបពីការស្ទង់មតិអំពីការគាំទ្ររបស់រដ្ឋាភិបាល



សម្គាល់៖ ចំនួននៃការឆ្លើយតប = 214 ប្រភព៖ អ្នកនិពន្ធផ្អែកលើ TAFTAC (2025)។

ឧបសម្ព័ន្ធទី 2៖ លទ្ធផលស្ទង់មតិកិច្ចប្រជុំម្ចាស់ម៉ាកស្តីពីបរិស្ថាន លើកទី 7 (EBM)

ការស្ទង់មតិត្រូវបានធ្វើឡើងក្នុងចំណោមអ្នកចូលរួមនៃ EBM នៃសភាពាណិជ្ជកម្មរ៉ូបប្រចាំនៅកម្ពុជា និងត្រូវបានឆ្លើយតបដោយ ម្ចាស់ម៉ាកចំនួន 24 ក្នុងអំឡុងខែមីនា ឆ្នាំ2025។



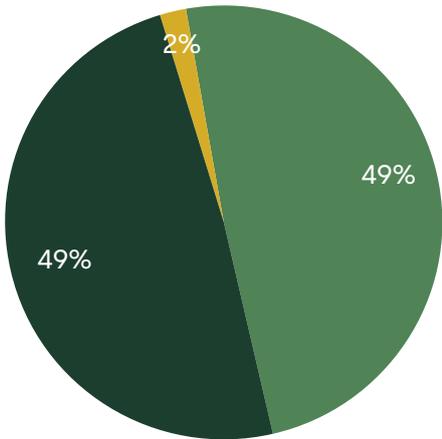
ផ្សេងៗ:

- ចំនួនសហជីព
- មិនមានក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនសមស្របសម្រាប់ ដំណាក់កាលចុងក្រោយ; គោលនយោបាយសិទ្ធិមនុស្ស អន្តរជាតិមិនត្រូវបានអនុវត្តទេ។ គ្មានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ សាធារណៈសម្រាប់ហាត់កីឡា។

ផ្សេងៗ:

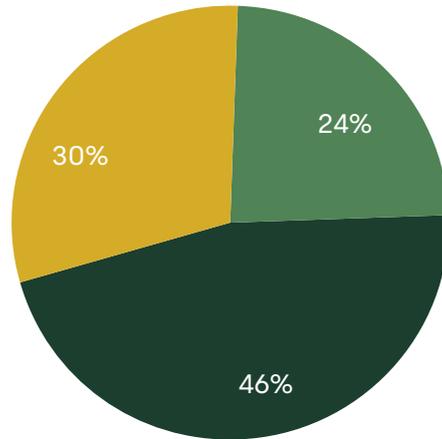
- ខ្វះក្របខ័ណ្ឌច្បាប់សម្រាប់ការគ្រប់គ្រង សំណល់; គ្មាន ការអប់រំអំពីការគ្រប់គ្រងសំណល់

What about, in your opinion, the ORDER'S TREND allocation of your company for Cambodia for 2025?



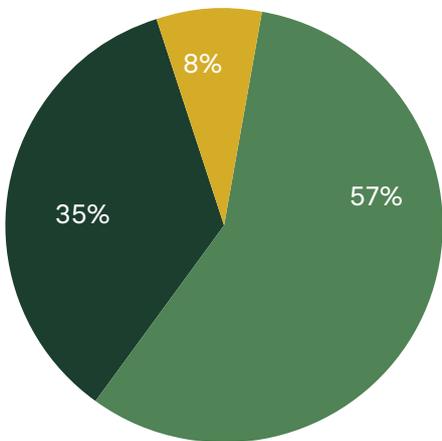
- Yes, order will probably go up for Cambodia. 49%
- Orders will likely be stable for Cambodia. 49%
- No, order will go down for Cambodia in 2025. 2%

In your opinion, has the Bangladesh Crisis still affecting order planning and the Cambodia orders allocation?



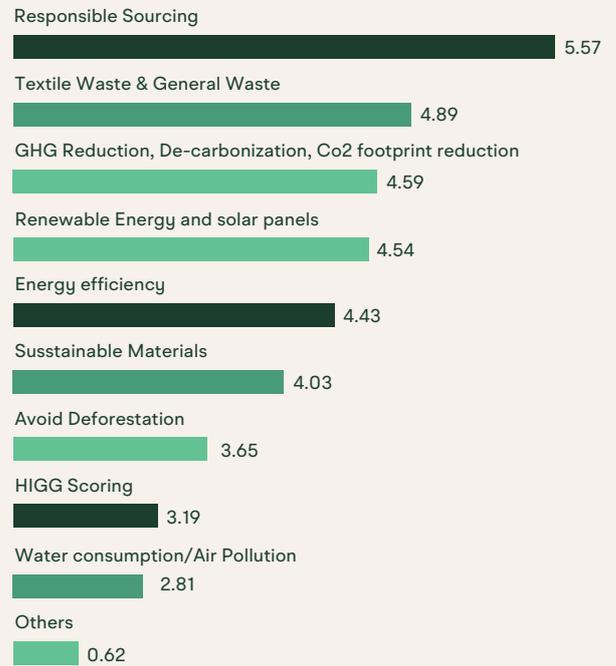
- Yes, definitely, some orders still shifting from Bangladesh to Cambodia. 24%
- Yes, but we did not shifted orders from Bangladesh to Cambodia. 46%
- No, nothing changed. 30%

Is the de-risking from China continuing in 2025? Are order being shifted to Cambodia or not, in your opinion?



- Yes, I think is continuing and order are shifted to Cambodia. 57%
- Yes, but moderately, only few orders are landing in Cambodia. 35%
- No, we already shifted everything, and no additional order are coming to Cambodia. 8%

Which are your top priorities for 2025?



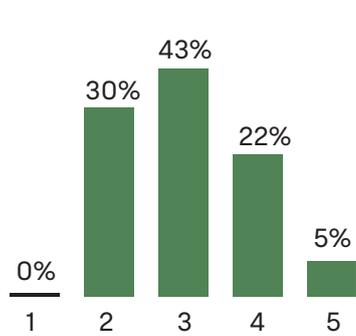
ផ្សេងៗ:

- ទីផ្សារជ្រើសរើសកម្មករមានលក្ខណៈកាន់តែប្រកួតប្រជែងជាងមុន
- ប្រាក់ឈ្នួលកើនឡើង

Could you please rate Cambodia Garment, Footwear, Accessories and Travel Goods sector in SUSTAINABILITY(eniromental and social), in your opinion?

1= Low Standard / 5= high standdard

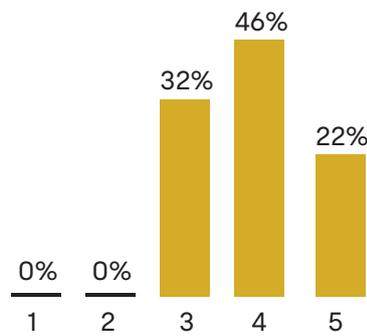
Score: 3



Could you please rate Vietnam Garment, Footwear, Accessories and Travel Goods sector in SUSTAINABILITY(eniromental and social), in your opinion?

1= Low Standard / 5= high standdard

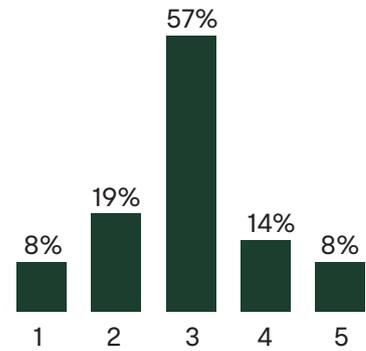
Score: 3.9



Could you please rate Bangladesh Garment, Footwear, Accessories and Travel Goods sector in SUSTAINABILITY(eniromental and social), in your opinion?

1= Low Standard / 5= high standdard

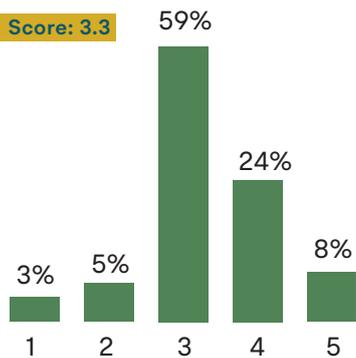
Score: 2.8



Could you please rate Cambodia Garment, Footwear, Accessories and Travel Goods sector in COMPETITIVITY(price, product availability, treatments, etc), in your opinion?

1= Low Standard / 5= high standdard

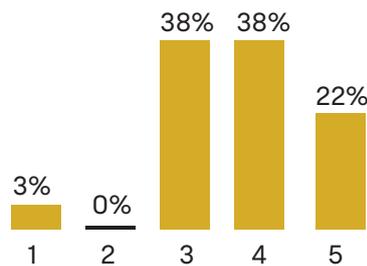
Score: 3.3



Could you please rate Vietnam Garment, Footwear, Accessories and Travel Goods sector in COMPETITIVITY(price, product availability, treatments, etc), in your opinion?

1= Low Standard / 5= high standdard

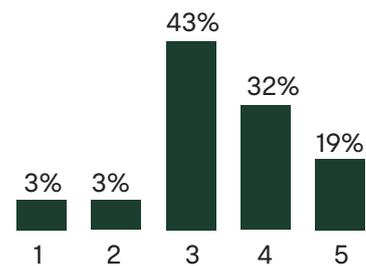
Score: 3.8



Could you please rate Bangladesh Garment, Footwear, Accessories and Travel Goods sector in COMPETITIVITY(price, product availability, treatments, etc), in your opinion?

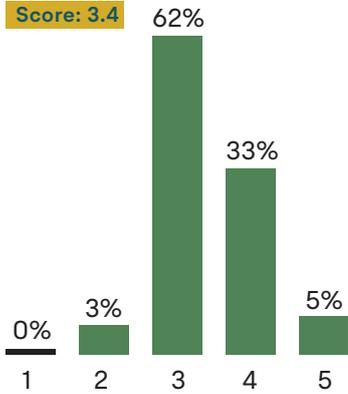
1= Low Standard / 5= high standdard

Score: 3.6



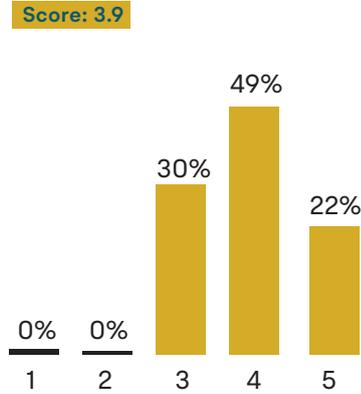
Could you please rate **Cambodia** Garment, Footwear, Accessories and Travel Goods sector in PERFORMANCE(leadtime,quality), in your opinion?

1= Low Standard / 5= high standard



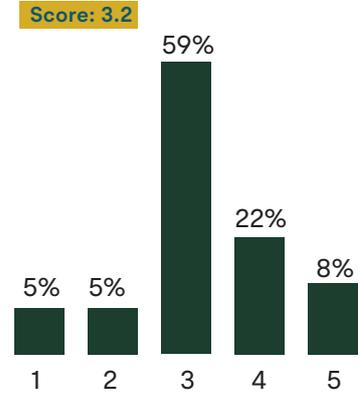
Could you please rate **Vietnam** Garment, Footwear, Accessories and Travel Goods sector in PERFORMANCE(leadtime,quality), in your opinion?

1= Low Standard / 5= high standard



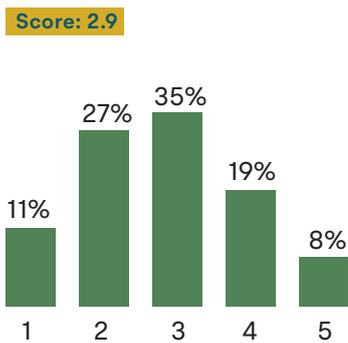
Could you please rate **Bangladesh** Garment, Footwear, Accessories and Travel Goods sector in PERFORMANCE(leadtime,quality), in your opinion?

1= Low Standard / 5= high standard



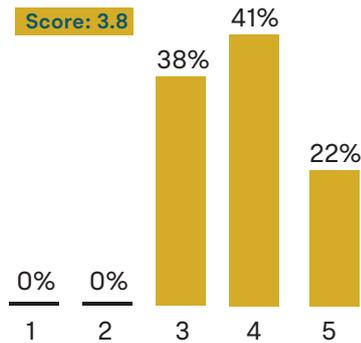
Could you please rate **Cambodia** Garment, Footwear, Accessories and Travel Goods sector in STRUCTURE(vertical integration,design service, organization, merchandising), in your opinion?

1= Low Standard / 5= high standard



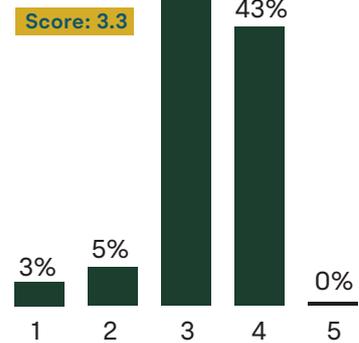
Could you please rate **Vietnam** Garment, Footwear, Accessories and Travel Goods sector in STRUCTURE(vertical integration,design service, organization, merchandising), in your opinion?

1= Low Standard / 5= high standard



Could you please rate **Bangladesh** Garment, Footwear, Accessories and Travel Goods sector in STRUCTURE(vertical integration,design service, organization, merchandising), in your opinion?

1= Low Standard / 5= high standard



ឯកសារយោង

- ¹GC (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.
- ²TAFTAC, 2022. Cambodia Garment, Footwear and Travel Goods Sector Brief.
- ³The White House (2025). [Fact Sheet: President Donald J. Trump Imposes Tariffs on Imports from Canada, Mexico and China – The White House](#)
- ⁴Ana 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](#).
- ⁵Aung 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](#).
- ⁶Fibre2Fashion (2024, August 14). [Crisis in Bangladesh: A turning point for global apparel supply chains](#).
- ⁷Ghosh, S. (2023). [It’s Now or Never for Ethiopia’s Garment Industry | texfash.com](#)
- ⁸Statista (2025). [Apparel - Worldwide | Statista Market Forecast](#)
- ⁹Statista (2025). [Footwear - Worldwide | Statista Market Forecast](#)
- ¹⁰Statista (2025). [Footwear - Worldwide | Statista Market Forecast](#)
- ¹¹Statista (2025). [Apparel - ASEAN | Statista Market Forecast](#); [Footwear - ASEAN | Statista Market Forecast](#)
- ¹²McKinsey & Co. (2025). [The State of Fashion 2025: Challenges at every turn | McKinsey](#)
- ¹³Frederick, S., (2015). [Case One: Pro-Poor Development and Power Asymmetries in the Apparel GVC](#). In: A. Abdulsamad, S. Frederick, A. Guinn & G. Gereffi, eds. Pro-Poor Development and Power Asymmetries in Global Value Chains: Report prepared for Oxfam America.
- ¹⁴Straits Research (2024). [Smart Textile Market Size, Share, Growth and Forecast to 2033](#)
- ¹⁵McKinsey (2020). The State of Fashion 2020.
- ¹⁶Circularity 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.).
- ¹⁷McKinsey (2024). Ibid.
- ¹⁸OECD, 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](#).
- ¹⁹Balsanek, K. et al., 2023. [EU’s Corporate Sustainability Reporting Directive: What US companies need to know](#); European Commission, 2023. [Corporate sustainability reporting](#).
- ²⁰US Customs and Border Protection (n.d.). [Uyghur Forced Labor Prevention Act](#).
- ²¹White & Case (2022, 28 June). [US Authorities Begin Enforcement of Uyghur Forced Labor Prevention Act and Issue Guidance for Importers](#).
- ²²Achim Berg (2022). [How current global trends are disrupting the fashion industry](#). McKinsey; Smith, P. (2024). [Global apparel market - statistics & facts](#). Statista.
- ²³Paul Baker (2022). [UK’s Trade Approach Towards Developing Countries](#). Written evidence to UK International Trade Committee.
- ²⁴Gov.uk (3023). [Preference tiers under the Developing Countries Trading Scheme](#).
- ²⁵IMF (2025). [IMF Executive Board Concludes 2024 Article IV Consultation with Cambodia](#)
- ²⁶Fresh News Asia (2023). [PM Hun Manet: Current Minimum Wage in Cambodia is Higher than in Some Countries in the Region](#).
- ²⁷Calculated as GDP at constant basic prices per worker.
- ²⁸Office of the US Trade Representative: <https://ustr.gov/issue-areas/reciprocal-tariff-calculations>
- ²⁹Lu, S. (2025). [Apparel Import Tariff Rates around the World \(updated March 2025\) – FASH455 Global Apparel & Textile Trade and Sourcing](#)
- ³⁰Rainsy, S. (2019). [Cambodia Throws a Wrench into Trump’s Trade War by Sam Rainsy - Project Syndicate](#)
- ³¹Tre, B.T. (2025). [How do Canada, China, and Mexico respond to the trade war?](#)
- ³²CFR (2025). [Trump’s Tariffs Hit and Other Headlines of the Day | Council on Foreign Relations](#)
- ³³Tuoi Tre, B. (2025). [How do Canada, China, and Mexico respond to the trade war?](#)
- ³⁴Tuoi Tre, B. (2025). Ibid.
- ³⁵Guinto, J. (2025). [Trump tariffs: China is a manufacturing superpower - can tariffs change that?.](#) BBC News.
- ³⁶Parliamentary Institute of Cambodia. [FACT Sheet The week ending 09 August 2019](#).
- ³⁷Gong, C. & Zhongxin, Y. (2019). [Cambodia and Vietnam in the US-China Trade War: Not All Good News – The Diplomat](#)

អ្នកនិពន្ធ International Economics Consulting Ltd

Neetish Hurry
Ria Roy
David Jolicoeur

អ្នករួមចំណែក លោក Massimiliano Tropeano, EuroCham integrated Expert of GIZ
លោក Thomas Hesketh, TAFTAC integrated Expert of GIZ
លោក កាំង ម៉ូនីកា អគ្គលេខាធិការរងនៃTAFTAC

បោះពុម្ពដោយ TAFTAC (សមាគមរាយនភណ្ណ សម្លៀកបំពាក់ ស្បែកជើង និងផលិតផលធ្វើដំណើរនៅកម្ពុជា)
អាសយដ្ឋាន: តំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេសរ៉ូយ៉ាល់គ្រុបភ្នំពេញ ផ្លូវជាតិលេខ៤ 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

កាលបរិច្ឆេទ ខែ មីនា ឆ្នាំ២០២៥