ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

german cooperation
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

គោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់អ្នកនាំចេញ ផ្លែឈើស្រស់ត្រូពិកទៅប្រទេសចិន

របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវទីផ្សារសម្រាប់កសិអាជីវកម្មក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ឡាវ និងវៀតណាម

បោះពុម្ពដោយ giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

MZMC
MZ MARKETING COMMUNICATIONS
PRODUCE REPORT

បោះពុម្ពផ្សាយដោយ

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

ការិយាល័យចុះបញ្ជី៖

Bonn and Eschborn, Germany

ការគាំទ្រកិច្ចសហប្រតិបត្តិការសេដ្ឋកិច្ចតំបន់នៅអាស៊ី (SRECA)

ការិយាល័យទំនាក់ទំនង នៅសាធារណរដ្ឋប្រជាមានិតចិន

Tayuan Diplomatic Office Building 1-14-1
Liangmahe Nanlu No 14
Beijing 100600, Chaoyang District
T + 86 10 8532 1857
F + 86 10 8532 5774
sreca@giz.de
www.connecting-asia.org
www.giz.de/en/worldwide/34101.html

ធ្វើនៅ

ខែមីនា ឆ្នាំ២០២០

រចនាដោយ

GIZ SRECA / MZ Marketing Communications (MZMC)

កម្មសិទ្ធិរូបភាព

MZ Marketing Communications (MZMC)
GIZ (គម្របមុខ និងក្រោយ)

និពន្ធដោយ/ចងក្រងដោយ

MZ Marketing Communications (MZMC)
www.mzmc.com.cn
www.producereport.com

អ្នកកែសម្រួល

GIZ SRECA
www.connecting-asia.org

សេចក្តីអះអាង

ទស្សនៈ និងយោបល់ដែលបានលើកឡើងដោយអ្នកនិពន្ធនៅក្នុងសៀវភៅនេះមិនបានឆ្លុះបញ្ចាំង ឬបង្ហាញពីគំនិតរបស់ GIZ ឡើយ។ តាងនាមឱ្យក្រសួងសហព័ន្ធអាល្លឺម៉ង់សម្រាប់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច (BMZ)។

អង្គការ GIZ ទទួលខុសត្រូវចំពោះខ្លឹមសារនៃការបោះពុម្ពនេះ។

មាតិកា

អារម្ភកថា

១. សេចក្តីសង្ខេប ០១

២. ទិដ្ឋភាពទូទៅអំពីទីផ្សារ ០៣

២.១ ផលិតកម្ម ០៣

២.២ ការនាំចូល ០៤

៣. ផ្លែចេក ០៦

៣.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ ០៦

៣.២ ផលិតកម្ម ០៦

៣.៣ ការនាំចូល ០៧

៣.៤ ការប្រើប្រាស់ ១០

៤. ផ្លែស្វាយ ១១

៤.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ ១១

៤.២ ផលិតកម្ម ១១

៤.៣ ការនាំចូល ១២

៤.៤ ការប្រើប្រាស់ ១៤

៥. ផ្លែឪឡឹក ១៥

៥.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ ១៥

៥.២ ផលិតកម្ម ១៥

៥.៣ ការនាំចូល ១៦

៥.៤ ការប្រើប្រាស់ ១៦

៦. ផ្លែមៀន ១៨

៦.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ ១៨

៦.២ ផលិតកម្ម ១៨

៦.៣ ការនាំចូល ១៩

៦.៤ ការប្រើប្រាស់ ២០

៧. ផ្លែគួលែន ២១

៧.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ ២១

៧.២ ផលិតកម្ម ២១

៧.៣ ការនាំចូល ២១

៧.៤ ការប្រើប្រាស់ ២២

៨. ផ្លែស្រកានាគ ២៣

៨.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ ២៣

៨.២ ផលិតកម្ម ២៣

៨.៣ ការនាំចូល ២៣

៨.៤ ការប្រើប្រាស់ ២៤

៩. ផ្លែទុរេន ២៥

៩.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ ២៥

៩.២ ផលិតកម្ម ២៥

៩.៣ ការនាំចូល ២៥

៩.៤ ការប្រើប្រាស់ ២៦

១០. ផ្លែខ្នុរ ២៧

១០.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ ២៧

១០.២ ផលិតកម្ម ២៧

១០.៣ ការនាំចូល ២៧

១០.៤ ការប្រើប្រាស់ ២៨

១១. ការដឹកជញ្ជូនទំនិញ ២៩

១១.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ ២៩

១១.២ ការដឹកជញ្ជូនតាមសមុទ្រ ២៩

១១.៣ ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់តាមព្រំដែនគ័ងស៊ី ២៩

១១.៤ ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់តាមព្រំដែនយូណាន.. ៣២

១១.៥ ការនាំចូលមិនផ្លូវការ ៣៤

១២. ការចែកចាយ ៣៥

១២.១ ខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ ៣៥

១២.២ ទីផ្សារបោះដុំ ៣៦

១២.៣ ការលក់រាយ ៣៧

១៣. បរិយាកាសបញ្ញត្តិកម្ម ៣៩

១៣.១ GACC ៣៩

១៣.២ ការទទួលបានទីផ្សារ ៤០

១៣.៣ ឯកសារចាំបាច់សម្រាប់ការនាំចូល ៤១

១៣.៤ អង្គភាពគ្រប់គ្រងផ្សេងទៀត ៤២

១៤. បញ្ហាប្រឈម ៤២

១៤.១ ស្តង់ដាររបស់អ្នកប្រើប្រាស់ ៤២

១៤.២ ការទទួលបានទីផ្សារ ៤២

១៤.៣ ការប្រកួតប្រជែង ៤៣

១៤.៤ ខ្សែសង្វាក់ត្រជាក់ ៤៣

១៤.៥ បរិយាកាសវិនិយោគ ៤៣

១៥. អនុសាសន៍ ៤៤

១៥.១ ការផ្តោតលើគុណភាព ៤៤

១៥.២ ការសម្រេចបានក្នុងការចរចារបើកទីផ្សារ ៤៤

១៥.៣ ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ ៤៤

១៥.៤ ភាពជាដៃគូក្នុងស្រុក ៤៥
១៥.៥ ទីផ្សារនិងការកសាងម៉ាកយីហោ........ ៤៥
១៥.៦ ទស្សនកិច្ចនៅប្រទេសចិន ៤៥
១៦. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន ៤៦
១៧. ឧបសម្ព័ន្ធ៖ ពិពណ៌ពាណិជ្ជកម្ម និងសន្និសីទ៤៦
១៨. ឧបសម្ព័ន្ធ៖ ទំនាក់ទំនងទីផ្សារ ៤៧
១៩. ឯកសារយោង ៤៩

កំណត់សម្គាល់អំពីទិន្នន័យ

ទឹកប្រាក់ដែលបានរាយការណ៍ គឺជាប្រាក់យ័នចិន ហើយត្រូវបានប្តូរទៅជាប្រាក់ដុល្លារអាមេរិក ដោយប្រើប្រាស់អត្រាប្តូរប្រាក់ក្នុងប្រទេសប្រចាំឆ្នាំជាមធ្យម របស់សេវាស្រាវជ្រាវសេដ្ឋកិច្ច USDA ឆ្នាំ ២០១៨ ក្នុងតម្លៃ ១,00 ដុល្លារអាមេរិក ស្មើនឹង ៦,៦១៦ យ័ន។

ទឹកប្រាក់ផ្សេងទៀត ដែលមានក្នុងរបាយការណ៍នៅអំឡុងពេលស្រាវជ្រាវនេះ ប្រើប្រាស់អត្រាប្តូរប្រាក់ប្រចាំខែរបស់ USDA សម្រាប់ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៩ ក្នុងតម្លៃ ១,00 ដុល្លារអាមេរិក ស្មើនឹង ៧,០២១ យ័ន។

អំពីគម្រោងការគាំទ្រកិច្ចសហប្រតិបត្តិការសេដ្ឋកិច្ចតំបន់នៅអាស៊ី(SRECA)

តាំងនាមឱ្យក្រសួងសហព័ន្ធអាល្លឺម៉ង់សម្រាប់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច (BMZ) អង្គការ GIZ កំពុងអនុវត្តគម្រោង "ការគាំទ្រកិច្ចសហប្រតិបត្តិការសេដ្ឋកិច្ចតំបន់នៅអាស៊ី(SRECA)។ គម្រោងនេះអនុវត្តនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ឡាវ វៀតណាម ម៉ុងហ្គោលី និងចិន។ ប្រទេសចិនដើរតួយ៉ាងសកម្មនៅក្នុងនាមជាដៃគូទាំងផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងអភិវឌ្ឍន៍ ដើម្បីគាំទ្រដល់ការកសាងសមត្ថភាពក្នុងប្រទេសជិតខាងទាំងបួននេះ។ កម្មវត្ថុនៃគម្រោង គឺកែលម្អលក្ខខណ្ឌពាណិជ្ជកម្មកសិកម្មក្នុងតំបន់ និងសាកលលោកក្នុងប្រទេសទាំងបួន ដែលបានជ្រើសរើស។ ពាក់ព័ន្ធនឹងសមាសភាគរបស់ គម្រោងនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍គម្រោងនេះផ្តោតលើ ការអភិវឌ្ឍវិស័យឯកជន និងសេវាផ្សេងៗ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មនាំចេញផ្លែឈើស្រស់។

www.connectig-asia.org

អំពីក្រុមហ៊ុន MZ Marketing Communications

ក្រុមហ៊ុន MZ Marketing Communications (MZMC) ជាក្រុមហ៊ុនផ្តល់សេវាពេញលេញលើផ្នែកទីផ្សារការប្រាស្រ័យទាក់ទង និងទំនាក់ទំនងសាធារណៈ ដែលមានឯកទេសបង្កើតទីផ្សារជាមួយនឹងប្រទេសចិន លើការនាំចូលផលិតផលកសិកម្ម។ ក្រុមហ៊ុនមួយនេះក៏ជាម្ចាស់ និងជាប្រតិបត្តិករលើរបាយការណ៍ផលិតផលកសិកម្ម ដែលជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដ៏ឈានមុខគេមួយលើផ្នែកឧស្សាហកម្មផលិតផលស្រស់ផ្តោតលើប្រទេសចិន។ យើងផ្តល់នូវអ្នកជំនាញ ធនធាន និងទេពកោសល្យ ដើម្បីទទួលបានអ្នកប្រើប្រាស់ដ៏មានឥទ្ធិពល និងយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយលើការលក់ ដែលផ្តោតលើគោលដៅឧស្សាហកម្ម។ ក្រុមពហុភាសាជនជាតិចិន និងអ្នកជំនាញអន្តរជាតិរបស់យើង បាននាំមកនូវការយល់ដឹង និងបទពិសោធន៍រួមគ្នាអំពីរបៀបជាច្រើនមានដូចជា ការធ្វើទីផ្សារ អាជីវកម្ម សេដ្ឋកិច្ច និងសារព័ត៌មាន។ ទាំងនេះបានធ្វើឱ្យយើងអាចបង្កើត និងអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិតដោយប្រើភស្តុតាងផ្អែកលើការស្រាវជ្រាវ និងការវិភាគដោយយកចិត្តទុកដាក់។

www.mzmc.com.cn | www.producereport.com

អារម្ភកថា

ដោយសារសន្តិភាព សន្តិសុខ និងស្ថិរភាពនយោបាយបានបើកឱកាសមាស ដែលពុំធ្លាប់មានក្នុងរយៈពេលជាង ២ទសវត្សរ៍ចុងក្រោយនេះ។ កម្ពុជាទទួលបានចំណាត់ថ្នាក់ជាប្រទេស ដែលមានកំណើនសេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់ និងលឿនលំដាប់ទី៦ លើពិភពលោកដោយសម្រេចបានកំណើនជាមធ្យមជាង ៧% ក្នុងមួយឆ្នាំ តាមរយៈការរីកចម្រើនក្នុងកម្រិតខ្ពស់ជាប់មិនដាច់នៃវិស័យកសិកម្ម ឧស្សាហកម្មកម្មន្តសាល សំណង់ សេវាកម្ម ទេសចរណ៍ អចលនទ្រព្យ គមនាគមន៍ និងការដឹកជញ្ជូនជាដើម។

ចក្ខុវិស័យនៃផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍វិស័យកសិកម្ម ២០១៩-២០២៣ បានកំណត់យ៉ាងច្បាស់ថា កសិកម្មកម្ពុជាត្រូវជាកសិកម្មទំនើបមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែងបរិយាប័ន្ន ធន់នឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងមាននិរន្តរភាព ដែលនាំដល់ការកើនឡើងប្រាក់ចំណូលគ្រួសារកសិករ ធានាបាននូវវិបុលភាព និងសុខុមាលភាពរបស់ប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជា។

ដើម្បីសម្រេចបាននូវចក្ខុវិស័យខាងលើ យុទ្ធសាស្ត្រជាអាទិភាពពាក់ព័ន្ធដំណាំនឹងត្រូវបានដាក់ចេញឱ្យអនុវត្តក្នុងរយៈពេលខាងមុខនេះគឺ៖

(១) បង្កើនផលិតភាព ពិពិធកម្មដំណាំកសិកម្ម និងពង្រីកកសិ-ធុរកិច្ច

(២) បង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការពង្រីក ការគ្រប់គ្រងស្ថាប័ន សេវាគាំទ្រ និងអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្ស

បច្ចុប្បន្ននេះ ប្រជាកសិករយើងកំពុងផ្លាស់ប្តូរទម្លាប់ពីការផលិតសម្រាប់សេចក្តីត្រូវការផ្ទាល់ខ្លួន មកជាការផលិតដើម្បីលក់ព្រោះមានតម្រូវការទីផ្សារ និងផលចំណេញខ្ពស់។ ផ្អែកលើការផ្លាស់ប្តូរនេះយើងអាចវាយតម្លៃបានថា កសិករបាននឹងកំពុងប្រែក្លាយខ្លួនចេញពីកសិករទៅជាកសិ-ពាណិជ្ជករ ដើម្បីទទួលបានតម្លៃបន្ថែមក្នុងជីវភាពរស់នៅរបស់ខ្លួន។ ជាមួយគ្នានេះ វិស័យឯកជនក៏បានតម្រង់ទិសឆ្ពោះទៅរកទីផ្សារនាំចេញតាមរយៈការបង្កើនសមត្ថភាពផលិត និងកែច្នៃដើម្បីធានាបានទាំងគុណភាព និងបរិមាណឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារអន្តរជាតិ។

ប្រទេសចិន ជាប្រទេសដែលមានទីផ្សារសេដ្ឋកិច្ចលំដាប់ទី២ លើពិភពលោកដែលបានបើក និងបន្តបង្កើនការនាំចូលផលិតផលកសិកម្មពីកម្ពុជាជាមួយនឹងការសម្រួលពាណិជ្ជកម្មដល់អ្នកនាំចេញពីកម្ពុជា តាមរយៈកិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្មអាស៊ាន-ចិន និងទ្វេភាគីកម្ពុជា-ចិន។ រដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងរដ្ឋាភិបាលចិនកាលពីឆ្នាំ២០១៩ កន្លងទៅ បានកំណត់ប្រភេទដំណាំអាទិភាពក្នុងការជំរុញការនាំចេញពីកម្ពុជាទៅកាន់ប្រទេសចិន ដែលរួមមាន ផ្លែស្វាយ មៀនប៉ៃលិន ទុរេន ដូងក្រអូប ស្រកានាគ ម្រេច និងសំបុកត្រចៀកកាំ។ ប៉ុន្តែទីផ្សារយក្សពិភពលោកលំដាប់ទី២ នេះបង្ហាញឱកាសសម្រាប់ពាណិជ្ជករកម្ពុជា តែទីផ្សារនេះមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែងខ្លាំង ដែលទាមទារឱ្យសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមកម្ពុជាត្រូវធ្វើការសិក្សាឱ្យបានស៊ីជម្រៅអំពីថាមវន្តទីផ្សារចិន តម្រូវការទីផ្សារ ក៏ដូចជាលក្ខណៈតម្រូវចាំបាច់ផ្សេងៗដែលកំណត់ដោយប្រទេសចិន និងអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងប្រទេសនេះ។

ដើម្បីជំរុញការនាំចេញផ្លែឈើស្រស់ ពិសេសក្នុងចំណោមអ្នកនាំចេញខ្នាតតូចនៅកម្ពុជាទៅកាន់ទីផ្សារប្រទេសចិន ក៏ដូចជាចូលរួមចំណែកក្នុងការសម្រេចនូវចក្ខុវិស័យនៃផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍វិស័យកសិកម្ម ២០១៩-២០២៣ អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម នៃក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ បានសហការជាមួយអង្គការGIZ ដែលទទួលបាន

មូលនិធិពីសហព័ន្ធអាល្លឺម៉ង់ សម្រាប់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច (BMZ) នៃរដ្ឋាភិបាលប្រទេសអាល្លឺម៉ង់ តាមរយៈគម្រោង " ការគាំទ្រកិច្ចសហប្រតិបត្តិការសេដ្ឋកិច្ចតំបន់នៅអាស៊ី(SRECA) " បានផលិតជាគោលការណ៍នាំចេញ ជាជំហានៗរៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងសិក្ខាសាលាផ្សព្វផ្សាយ វីដេអូខ្លីៗ ការសិក្សាពីចម្ងាយ ក៏ដូចជាខិតបណ្ណផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗជាដើម។ លើសពីនេះ របាយការណ៍ដែលលោកអ្នកកំពុងអាននេះ ក៏ជាសមិទ្ធផលដ៏សំខាន់មួយកើតចេញពីការសហការនេះតាមរយៈការបកប្រែខេមរភាសានៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវទីផ្សារប្រទេសចិន ដើម្បីផលិតជា " គោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់អ្នកនាំចេញផ្លែឈើស្រស់តំបន់ត្រូពិកទៅប្រទេសចិន " ផ្តោតជាពិសេសសម្រាប់កសិអាជីវកម្មក្នុងមូលដ្ឋានប្រទេសកម្ពុជា។

យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅដល់រដ្ឋាភិបាលអាល្លឺម៉ង់ ចំពោះការគាំទ្រទាំងផ្នែកបច្ចេកទេស និងថវិកាក្នុងការជំរុញការនាំចេញផ្លែឈើស្រស់ ផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើកសិអាជីវកម្មខ្នាតតូច និងមធ្យមនៅកម្ពុជាតាមរយៈសកម្មភាពមួយចំនួនដែលបានរៀបរាប់ខាងលើ។ នេះជាការចូលរួមវិភាគទានដ៏ថ្លៃថ្លាមួយក្នុងការអភិវឌ្ឍប្រទេស និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការល្អរវាងរដ្ឋាភិបាលអាល្លឺម៉ង់ និងរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។ ឯកសារនេះជាមូលដ្ឋានគ្រឹះក្នុងការណែនាំដល់កសិពាណិជ្ជករនៅកម្ពុជាក្នុងការចាប់យកឱកាស និងបង្កើនការប្រកួតប្រជែងក្នុងទីផ្សារផ្លែឈើស្រស់នៅប្រទេសចិនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងស័ក្តិសិទ្ធភាព។

រាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី ៣០ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ២០២១

អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

១. សេចក្ដីសង្ខេប

ប្រទេសចិន គឺជាអ្នកផលិត អ្នកនាំចូល និងអ្នកបរិភោគប្រើប្រាស់ផ្លែឈើស្រស់ច្រើនជាងគេបំផុតទូទាំងពិភពលោក។ ការរីកចម្រើនសេដ្ឋកិច្ចយ៉ាងឆាប់រហ័សនៅប៉ុន្មានទសវត្សរ៍ថ្មីៗនេះ នាំឱ្យមានភាពប្រសើរឡើងខ្លាំងក្នុងការផលិតផ្លែឈើក្នុងប្រទេសស្របពេលចំណូលជាមធ្យមប្រចាំឆ្នាំរបស់អ្នករស់នៅទីក្រុងក្នុងប្រទេសចិនបានកើនឡើងយ៉ាងខ្លាំងពី ៤ ៥០០ ដុល្លារអាមេរិកកាលពីឆ្នាំ២០០៩ រហូតដល់ច្រើនជាង ១១ ៦០០ ដុល្លារអាមេរិកកាលពីឆ្នាំ២០១៨ ។ ការប្រែប្រួលទាំងនេះកំពុងធ្វើឱ្យមានការកើនសន្ទុះតម្រូវការបរិភោគ ដែលមិនធ្លាប់មានពីមុនមក ហើយទាមទារឱ្យមានផ្លែឈើគុណភាពកាន់តែខ្ពស់ និងកាន់តែច្រើនប្រភេទ។ ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងកត្តានេះ រដ្ឋាភិបាលចិនបាននិងកំពុងពង្រីកទំនាក់ទំនងពាណិជ្ជកម្មជាមួយនឹងបណ្ដាប្រទេសដែលផលិតផ្លែឈើ និងកំពុងបន្តបន្ថែមចូលបញ្ជីផ្លែឈើស្រស់ដែលអាចអនុញ្ញាតឱ្យនាំចូលក្នុងប្រទេសចិនបាន។ ជាលទ្ធផល ប៉ុន្មានទសវត្សរ៍កន្លងទៅ តម្លៃនៃការនាំចូលផ្លែឈើស្រស់របស់ប្រទេសចិនបានកើនឡើងយ៉ាងខ្ពស់ពីក្រោម ១,២ ពាន់លានដុល្លារអាមេរិកកាលឆ្នាំ២០០៩ រហូតដល់ច្រើនជាង ៦,៩ ពាន់លានដុល្លារអាមេរិកកាលពីឆ្នាំ២០១៨ ជាមួយនឹងផ្លែឈើច្រើនជាង ២០០ប្រភេទ មកពី ២៤ប្រទេសដែលមានការអនុញ្ញាតឱ្យ នាំចូលកាលពីឆ្នាំ២០១៩។

របាយការណ៍នេះពិនិត្យលើស្ថានភាពទីផ្សារ ដែលប្រកួតប្រជែងក្នុងប្រទេសចិនលើផ្លែឈើចំនួន ៨ប្រភេទដោយផ្ដោតលើពាណិជ្ជកម្មរវាងប្រទេសចិន និងប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន ៣ប្រទេស៖ កម្ពុជា ឡាវ និងវៀតណាម។ ផ្លែឈើដែលបានជ្រើសរើសទាំងនោះរួមមាន ចេក ស្វាយ ឪឡឹក មៀន គូលែន ស្រកានាគ ទុរេន និងខ្នុរ។ ដើម្បីបំភ្លឺអំពីការប្រកួតប្រជែង និងឱកាសសម្រាប់ផ្លែឈើ និងប្រទេសទាំងនេះ ការសិក្សាស្រាវជ្រាវទីផ្សារត្រូវបានធ្វើឡើងនៅរយៈពេលចន្លោះខែកញ្ញា ដល់ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៩ ។ សកម្មភាពសិក្សាស្រាវជ្រាវដល់កន្លែងរួមមាន ការសម្ភាសជាមួយនឹងអាជីករ និងអ្នកជំនាញផ្នែកឧស្សាហកម្មជាង ២០នាក់ ព្រមជាមួយនឹងការធ្វើទស្សនកិច្ចទៅកាន់ទីផ្សារលក់ដុំ មជ្ឈមណ្ឌលដឹកជញ្ជូនចែកចាយ និងផែតាមព្រំដែនដែលធ្វើជំនួញផ្លែឈើត្រូពិកលក្ខណៈទ្រង់ទ្រាយធំបំផុត។ ការសិក្សាស្រាវជ្រាវតាមរយៈឯកសារមានស្រាប់រួមមាន ការពិនិត្យមើល និងការវិភាគទៅលើការសិក្សាស្រាវជ្រាវដែលមានស្រាប់ របាយការណ៍តាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងស្ថិតិពាណិជ្ជកម្មផ្លូវការ។

ផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកមកពីអាស៊ីអាគ្នេយ៍ គឺស្ថិតក្នុងចំណោមផ្លែឈើនាំចូលមានប្រជាប្រិយភាព និងបានជោគជ័យបំផុតនៅក្នុងទីផ្សារប្រទេសចិន។ ប្រសិនបើគិតតាមតម្លៃទាំងផ្លែទុរេន និងផ្លែចេក គឺស្ថិតក្នុងចំណាត់ថ្នាក់ផ្លែឈើដែលមានតម្លៃនាំចូលខ្ពស់ជាងគេទាំង ៥ប្រភេទ ដែលក្នុងនោះការនាំចូលទុរេនមានតម្លៃច្រើនជាង ១ ពាន់លានដុល្លារអាមេរិកកាលពីឆ្នាំ២០១៨ ដែលជាលំដាប់ទី២ បន្ទាប់ពីផ្លែឈើរី។ ប្រសិនបើគិតតាមទំហំនាំចូលផ្លែចេក គឺជាផ្លែឈើដែលប្រទេសចិននាំចូលច្រើនជាងគេបំផុត ដែលការនាំចូលមានទំហំរហូតដល់លើស ១,៥ លានតោនកាលពីឆ្នាំ២០១៨។ បន្ទាប់ពីផ្លែចេក គឺផ្លែស្រកានាគ ផ្លែមៀន និងផ្លែទុរេន ដែលមានទំហំស្មើនឹងទំហំនាំចូលរួមគ្នាពី ៤ប្រទេសនៃប្រទេសនាំចូលផ្លែឈើធំបំផុតទាំង៥ ដែលគិតទៅតាមបរិមាណនាំចូល។ ខណៈតួលេខទាំងនេះបង្ហាញពីទំហំដ៏ធំនៃការនាំចូលផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកមកប្រទេសចិន ទំហំពាណិជ្ជកម្មជាក់ស្ដែងនៃផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកមួយចំនួន គឺពិតជាខ្ពស់ជាងស្ថិតិផ្លូវការ ដោយសារតែមានលក្ខណៈស្មុគស្មាញនៃពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែនភាគខាងត្បូង និងភាគនិរតីរបស់ប្រទេសចិន។

ការនាំចូលផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកពីតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍មកប្រទេសចិនជាច្រើន ដែលឆ្លងកាត់តាមរយៈព្រំដែនរវាងប្រទេសចិនជាមួយប្រទេសវៀតណាម ឡាវ និងភូមា។ ពិសេសតាមរយៈព្រំដែនពាណិជ្ជកម្ម ដែលជាគំនិតដើមនៃការបង្កើត គឺដើម្បីជំរុញសេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន បច្ចុប្បន្នជាក់ស្តែងត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីនាំចូលផ្លែឈើទ្រង់ទ្រាយធំ ដើម្បីគេចវេសពីការបង់ពន្ធលើតម្លៃបន្ថែមយ៉ាងខ្ពស់នៃរបបពាណិជ្ជកម្មស្តង់ដារ។ ពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែននេះមិនត្រឹមតែបង្កភាពស្មុគស្មាញដល់ការនាំចូលប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែតែងនាំឱ្យមានការកើនឡើងនៃការលើកដាក់ទំនិញ និងការកាត់ផ្តាច់ខ្សែសង្វាក់ត្រជាក់ ដែលបង្កឱ្យមានការថយចុះនូវតម្លៃផលិតផល និងតម្លៃទីផ្សារ។ នៅពេលនាំចូលក្នុងប្រទេសចិន ផ្លែឈើស្រស់ជាទូទៅ គឺចរាចរតាមទីផ្សារបោះដុំធំជាងគេបំផុតក្នុងប្រទេសចិន ដែលជាកន្លែងលក់ផ្លែឈើស្រស់ទៅអ្នកចែកចាយបន្តក្នុងទីផ្សារលក់ដុំតាមតំបន់ផ្សេងៗ និងទីផ្សារលក់រាយធំៗ។ ខណៈដែលអតិថិជនទិញផ្លែឈើភាគច្រើនតាមផ្សារលក់រាយតាមបែបប្រពៃណី ទីផ្សារអេឡិចត្រូនិក និងទីផ្សារទម្រង់ថ្មី (Online-to-Offline) ក៏កំពុងដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយពីការនាំចូលផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកដែរ។

ប្រទេសកម្ពុជា ឡាវ និងវៀតណាមទទួលបានផលចំណេញពីការកើនឡើងនៃលក្ខខណ្ឌអំណោយផល សម្រាប់ផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកជាច្រើន ប្រសិនបើប្រៀបធៀបនឹងប្រទេសចិន។ ប្រទេសទាំងនេះក៏ទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍យ៉ាងច្រើនផងដែរដោយសារការចំណាយទាបលើដីធ្លី និងកម្លាំងពលកម្ម ទីតាំងភូមិសាស្ត្រមិនឆ្ងាយពីចិន និងកិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្មមិនគិតពន្ធនាំចូល។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ អ្នកផលិត និងអ្នកនាំចេញផ្លែឈើពីប្រទេសទាំងនេះនៅតែជួបបញ្ហាប្រឈមជាច្រើនក្នុងទីផ្សារចិនដូចជា តម្រូវការស្តង់ដារអ្នកប្រើប្រាស់កម្រិតខ្ពស់ បញ្ហាក្នុងការចរចារបើកទីផ្សារ ការប្រកួតប្រជែងជាមួយផលិតផលក្នុងស្រុកសម្រាប់ផលិតផលមួយចំនួន និងកង្វះខាតខ្សែសង្វាក់ត្រជាក់។ ជារឿយៗកសិករម្នាក់ៗគ្មានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនេះទេ។ ជាទូទៅ អ្នកផលិត និងអ្នកនាំចេញផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកអាចប្រឈមមុខខ្លាំងបំផុតជាមួយបញ្ហាទាំងនេះ ក៏ដូចជាការកសាងកេរ្តិ៍ឈ្មោះនៅក្នុងទីផ្សារដោយការសម្របសម្រួលនៅកម្រិតឧស្សាហកម្មជាក់ស្តែង។

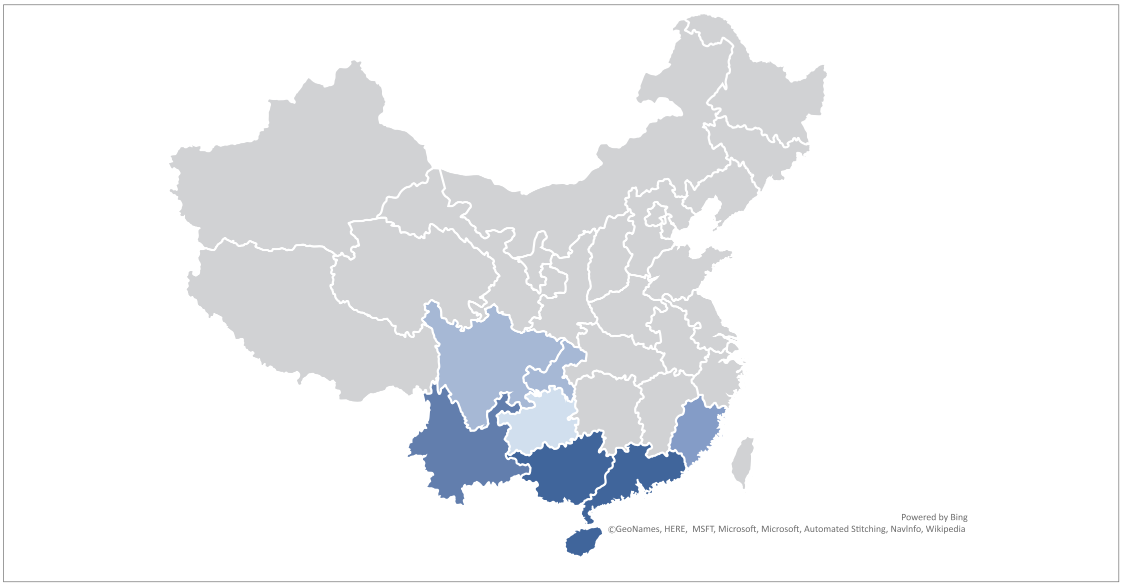
២. និន្នាការនៅអំពីទីផ្សារ

២.១ ផលិតកម្ម

ចាប់តាំងពីពាក់កណ្ដាលទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩៨០ ប្រទេសចិននៅតែជាអ្នកផលិត និងអ្នកបរិភោគផ្លែឈើស្រស់ច្រើនជាងគេបំផុតរបស់ពិភពលោក។ កាលពីឆ្នាំ២០១៧ ប្រទេសចិនបានផលិតផ្លែឈើមានទំហំច្រើនជាង ៤៣% នៃការផលិតផ្លែឈើទូទាំងសាកលលោក ដែលទំហំនេះមានប្រមាណជិត ៣ដងនៃទំហំការផលិតរបស់ប្រទេសឥណ្ឌាដែលជាប្រទេសផលិតផ្លែឈើច្រើនជាងគេលំដាប់ទី២ [1] ។ កាលពីឆ្នាំ២០១៨ ប្រទេសចិនបានផលិតផ្លែឈើស្រស់ជិត ២៥៧លានតោន[2] និងបាននាំចូលបន្ថែមប្រមាណ ៤,៩លានតោន[3]។ ជាប្រវត្តិសាស្ត្រ ប្រទេសចិនបាននាំចេញផលិតផលស្រស់តែក្នុងបរិមាណតិចតួចប៉ុណ្ណោះ មានន័យថាបរិមាណដែលបានរៀបរាប់ខាងលើស្ទើរតែទាំងអស់ គឺសម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់នៅទីផ្សារក្នុងស្រុក។ តម្រូវការផ្លែឈើស្រស់យ៉ាងច្រើនសន្ធឹកសន្ធាប់របស់ប្រទេសចិនភាគច្រើន គឺមកពីប្រពៃណីវប្បធម៌ ដែលឱ្យតម្លៃផ្លែឈើនាំមកនូវគុណប្រយោជន៍ផ្នែកសុខភាព ក៏ដូចជាទម្លាប់ជូនផ្លែឈើជាកាដូ និងប្រើប្រាស់នៅក្នុងពិធីនានា។ ផ្លែឈើស្រស់ក៏ជាផ្នែកសំខាន់នៃរបបអាហារទូទៅរបស់ប្រជាជនចិនផងដែរ។

កសិកម្មប្រទេសចិនបានប្រែប្រួលខ្លាំងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំនេះ ដោយផ្លាស់ប្ដូរពីការធ្វើចម្ការលក្ខណៈគ្រួសារខ្នាតតូចទៅជា ចម្ការអាជីវកម្មទ្រង់ទ្រាយធំជាច្រើននាពេលបច្ចុប្បន្ន ជាមួយនឹងការវិនិយោគយ៉ាងសន្ធឹកសន្ធាប់លើការស្រាវជ្រាវ និងបច្ចេកវិទ្យាដាំដុះ។

រូបភាពទី១ ៖ តំបន់ដាំដុះផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិក

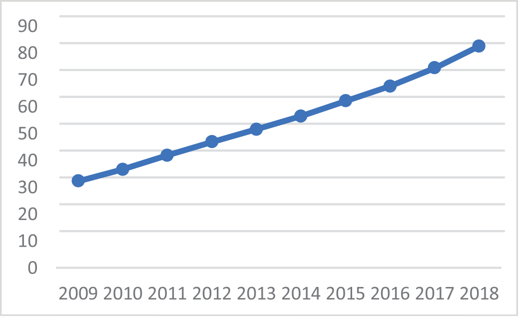


ការផ្លាស់ប្ដូរនេះមិនត្រឹមតែកែលម្អផលិតកម្មផ្លែឈើក្នុងស្រុកជាច្រើនមុខប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងធ្វើឱ្យប្រទេសចិនចាប់ផ្ដើមដាំដុះផ្លែឈើដោយខ្លួនឯង ដែលកាលពីមុនតាមរយៈការនាំចូលប៉ុណ្ណោះដូចជា ផ្លែស្រកានាគ ទុរេន ប៉ប ជាដើម។ ខណៈដែលបរិមាណផ្លែឈើដ៏ច្រើនបានដាំដុះនៅទូទាំងប្រទេសចិន ផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកភាគច្រើនត្រូវបានដាំដុះនៅខេត្តនិងតំបន់ភាគខាងត្បូងនៃប្រទេស ដែលភាគច្រើនផ្លែឈើទាំងនោះលូតលាស់បានល្អពីកត្តាអំណោយផលនៃអាកាសធាតុអនុតំបន់ត្រូពិក។ ខេត្តក្វាងទុង គ័ងស៊ី និងហៃណាន មានបរិមាណផលិតកម្មផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកច្រើនបំផុត បន្ទាប់មក គឺខេត្តយូណាន និងហ្វូជៀន ជាមួយគ្នានោះក៏មានបរិមាណដាំដុះតិចតួចនៅខេត្តស៊ីឈួន និងចុងឈីងផងដែរ។

២.២ ការនាំចូល

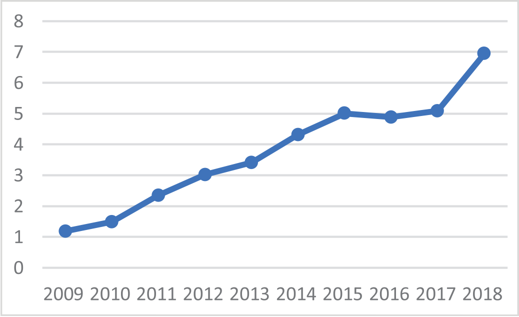
ការកើនឡើងប្រាក់ចំណូល និងការកើនឡើងនូវចំនួនប្រជាជនថ្នាក់កណ្តាល បានដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការធ្វើឱ្យមានការកើនឡើងនៃតម្រូវការ ដែលមិនធ្លាប់មានពីមុនមករបស់ប្រទេសចិនសម្រាប់ផ្លែឈើស្រស់ដែលដាំដុះក្នុងស្រុក និងនាំចូលពីក្រៅប្រទេស ដែលមានគុណភាពខ្ពស់។

រូបភាពទី២ ៖ ប្រាក់ឈ្នួលរបស់អ្នកទីក្រុងប្រចាំឆ្នាំជាមធ្យម [2]



ឯកតា៖ ពាន់យ័ន

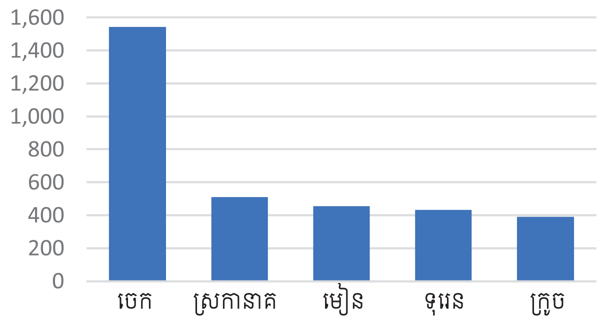
រូបភាពទី៣ ៖ ការនាំចូលផ្លែឈើស្រស់ [3]



ឯកតា៖ ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក

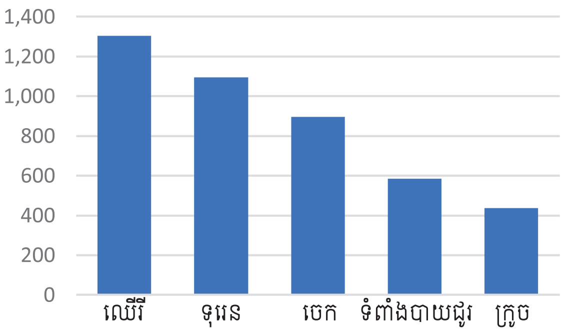
យោងទៅតាមស្ថិតិផ្លូវការ ប្រាក់ឈ្នួលរបស់អ្នករស់នៅទីក្រុងប្រចាំឆ្នាំជាមធ្យមក្នុងប្រទេសចិនបានកើនឡើងចំនួន ១៥៦% ពីឆ្នាំ២០០៩ ដល់ ឆ្នាំ២០១៨ គឺពី ៣២ ២៤៤ យ័ន (៤ ៥៦៩ ដុល្លារអាមេរិក) កើនដល់ ៨២ ៤៦១ យ័ន (១១ ៦៨៤ ដុល្លារអាមេរិក)។ ក្នុងអំឡុងពេលដូចគ្នានេះ តម្លៃនៃការនាំចូលផ្លែឈើស្រស់របស់ចិន បានកើនឡើងច្រើនជាង ៤៨៧% ពីទឹកប្រាក់តិចជាង ១,២ ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក កើនដល់ ៦,៩ ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក។ រដ្ឋាភិបាលចិនបានជួយសម្រួលដល់កំណើននាំចូលដ៏រហ័សនេះដោយពង្រីកទំនាក់ទំនងពាណិជ្ជកម្ម ជាមួយប្រទេសនាំចេញផ្លែឈើរួមមាន តាមរយៈការបង្កើតកិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្មសេរី និងបង្កើនប្រភេទផ្លែឈើស្រស់ ដែលអាចអនុញ្ញាតឱ្យនាំចូលមកប្រទេសចិន។ កាលពីឆ្នាំ២០១៩ ផ្លែឈើស្រស់ចំនួន ១៣ មុខ មកពីប្រទេស និងតំបន់ចំនួន ១២ ត្រូវបានបញ្ចូលក្នុងបញ្ជីសម្រាប់ការចរចារបើកទីផ្សារផ្លូវការរបស់ប្រទេសចិន [4]។

រូបភាពទី ៤ ៖ ការនាំចូលផ្លែឈើច្រើនជាងគេ គិតតាមទំហំនាំចូល ឆ្នាំ២០១៨ [5]



ឯកតា៖ ពាន់តោន

រូបភាពទី ៥ ៖ ការនាំចូលផ្លែឈើច្រើនជាងគេ គិតតាមតម្លៃ ឆ្នាំ២០១៨ [5]



ឯកតា៖ លានដុល្លារអាមេរិក

គិតតាមបរិមាណការនាំចូលផ្លែឈើរបស់ចិនភាគច្រើន គឺជាផ្លែឈើត្រូពិកមកពីអាស៊ីអាគ្នេយ៍ដូចជា ផ្លែចេក ស្រកានាគ មៀន និងទុរេន។ ខណៈដែលផ្លែស្រកានាគ និងមៀនមិនជាប់ចំណាត់ថ្នាក់ក្នុងចំណោមការនាំចូលច្រើនជាងគេទាំង ៥ គិតតាមតម្លៃនៅក្នុងស្ថិតិផ្លូវការ តម្លៃរួមបញ្ចូលរបស់ផ្លែឈើទាំង២មុខនេះ កាលពីឆ្នាំ២០១៨ មានទំហំច្រើនជាង ៧៦២លានដុល្លារអាមេរិក អាចទទួលបានចំណាត់ថ្នាក់ទី៤ បន្ទាប់ពីផ្លែចេក ដែលបង្ហាញពីវត្តមានដែលមានប្រៀបលើ

គេក្នុងចំណោមផ្លែឈើតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ត្រូពិកក្នុងទីផ្សារផ្លែឈើ ដែលនាំចូលមកប្រទេសចិន។ លើសពីនេះទៀត គួលេខពាណិជ្ជកម្មផ្លូវការសម្រាប់ផ្លែឈើត្រូពិកមួយចំនួន តម្លៃនាំចូលជាក់ស្តែងដោយសារតែលក្ខណៈស្មុគស្មាញនៃពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែន និងការនាំចូលមិនស្របច្បាប់ (មើលផ្នែកទី១២) ។ គុណភាព និងប្រភេទផ្សេងៗគ្នារបស់ផ្លែឈើដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងតម្រូវការប្រទេសចិន។ ទោះជាយ៉ាងណា អ្នកដាំដុះផ្លែឈើនៅអាស៊ីអាគ្នេយ៍ទទួលបានផលប្រយោជន៍យ៉ាងច្រើនពីភាពនៅជិតនៃការដឹកជញ្ជូនទំនិញទៅប្រទេសចិន ក៏ដូចជារបបមិនគិតពន្ធនៃកិច្ចព្រមព្រៀងតំបន់ពាណិជ្ជកម្មសេរីរវាងអាស៊ាន-ចិនផងដែរ។

រូបភាពទី៦ ៖ ការចរចារបើកទីផ្សារឆ្នាំ២០១៩ [6]

	ការចរចារបើកទីផ្សារផ្លូវការ	ផ្លែឈើផ្សេងទៀតនៅក្នុងទីផ្សារ
ប្រទេសកម្ពុជា	ចេក	ឪឡឹក** ស្វាយ ទុរេន ខ្នុរ ស្រកានាគ
ឡាវ	ចេក ឪឡឹក	ស្វាយ ស្រកានាគ
វៀតណាម	ស្វាយ មៀន ចេក គូលេន ឪឡឹក សាវម៉ាវ ខ្នុរ ស្រកានាគ មង្ឃុត*	ទុរេន ផ្លែផាសិន

* ការចរចារបើកទីផ្សារផ្លូវការបានប្រកាសកាលពីខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩ [7]

** ការចរចារបើកទីផ្សារកំពុងមានការរីកចម្រើន

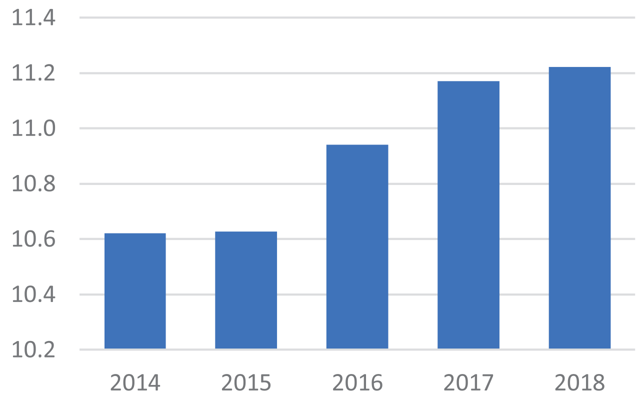
៣. ផ្លែចេក

៣.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ

ផលិតកម្ម	១១,២ លានតោន (២០១៨)
រដូវដាំដុះក្នុងស្រុក	ពេញមួយឆ្នាំ
ការនាំចូល	១,៥ លានតោន ៨៩៦,៨លានដុល្លា (២០១៨)
អ្នកផ្គត់ផ្គង់ចំបងៗ	ហ្វីលីពីន អេក្វាទ័រ វៀតណាម មីយ៉ាន់ម៉ា ថៃ

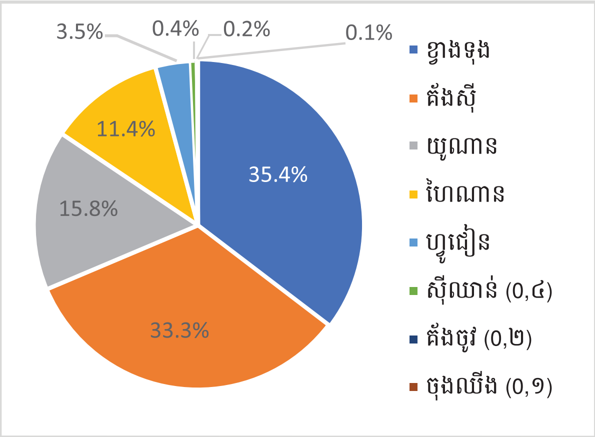
៣.២ ផលិតកម្ម

រូបភាពទី៧ ៖ ទំហំនៃផលិតកម្មផ្លែចេក [2]



ឯកតា៖ លានតោន

រូបភាពទី៨ ៖ ផលិតកម្មផ្លែចេក គិតតាមខេត្ត [2][1]



ឆ្នាំ៖ ២០១៧ (បរិមាណ)

ប្រទេសចិន គឺជាប្រទេសផលិតផ្លែចេកធំជាងគេបំផុតទី២ បន្ទាប់ពីប្រទេសឥណ្ឌាដោយផលិតកម្មភាគច្រើនមាននៅខេត្តភាគខាងត្បូងបំផុតនៃប្រទេស។ កាលពីឆ្នាំ២០១៨ ប្រទេសចិនទទួលបានបរិមាណផលចេកចំនួន ១១,២លានតោន ច្រើនជាងឆ្នាំ២០១៧ ដែលមានផ្ទៃដីផលិតកម្មសរុបចំនួនប្រមាណជាង ៣៥១ ០០០ហិកតា [2][2]។ ខេត្តក្វាងទុង គ័ងស៊ី យូណាន និងហៃណាន មានផ្ទៃដីដាំដុះដំណាំចេកប្រមាណជាង ៩០% ប៉ុន្តែតិចជាងផ្ទៃដីផលិតកម្មនៅក្នុងខេត្តហ្វូជៀន ស៊ីឈាន់ គីចូវ និងចុងឈីងផងដែរ។

ទិន្នផលផ្លែចេកជាមធ្យមចំនួន ៣១,៨តោនក្នុងមួយហិកតាកាលពីឆ្នាំ២០១៧ បង្ហាញពីផលិតភាពទាបបង្គួរសម្រាប់ផ្លែចេកអំបូងលឿងពូជ Cavendish ដែលជាប្រភេទចេកត្រូវបានដាំភាគច្រើន និងបរិភោគច្រើននៅក្នុងប្រទេសចិន។ យ៉ាងណាក៏ដោយ ទិន្នផលប្រែប្រួលគួរឱ្យកត់សម្គាល់នៅទូទាំងតំបន់ និងខេត្តផ្សេងៗ ឧទាហរណ៍នៅខេត្តខ្វាងទុង ទិន្នផលមានចន្លោះពី ១៦,២តោន ទៅ ៤៩,៣តោនក្នុងមួយហិកតាទូទាំងប្រទេសកាលពីឆ្នាំ២០១៧ [8]។ ជាទូទៅនៅប្រទេសចិន ដំណាំចេកត្រូវបានដាំនៅចន្លោះខែឧសភា និងខែកញ្ញា និងប្រមូលផលនៅចន្លោះខែកក្កដា និងខែតុលាក្នុងឆ្នាំបន្ទាប់ ដោយសារតែភាពខុសគ្នាតាមរដូវរវាងតំបន់ដាំដុះដំណាំចេក ដែលដំណាំចេកក្នុងស្រុកមានពេញមួយឆ្នាំ ប៉ុន្តែមានច្រើនលើសលុបនៅខែរដូវក្តៅ។

---

[1] ២០១៧ ឆ្នាំចុងក្រោយបង្អស់ដោយមានទិន្នន័យពេញលេញ

[2] ២០១៨ តំបន់ផលិតកម្មមិនមានក្នុងរបាយការណ៍សម្រាប់ខេត្តទាំងអស់ឡើយ

ទោះបីជាបរិមាណផលិតកម្មផ្លែចេករបស់ចិនបានកើនឡើងជាមធ្យមក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំនេះក៏ដោយ ការកើនឡើងយ៉ាងខ្លាំងទាំងនោះ គឺដោយសារតែការរីកចម្រើនខាងផលិតភាពក្នុងបណ្តាអ្នកដាំដុះដែលមានជំនាញ។ កាលពី៨ឆ្នាំកន្លងទៅ ទំហំផ្ទៃដីដាំដុះរបស់ចិនបានកំពុងថយចុះ ខណៈពេលដែលអ្នកដាំដុះមួយចំនួនបានប្តូរផលិតកម្មទៅកាន់ប្រទេសឡាវ ដែលផ្តល់នូវអាកាសធាតុសមស្របច្រើនជាង ក៏ដូចជាដី និងថ្លៃពលកម្មនៅទីនោះថោកជាងផងដែរ។ ទោះបីជាយ៉ាងនេះក៏ដោយ ការវិនិយោគទាំងនោះបានបង្កឱ្យមានក្តីកង្វល់អំពីបរិស្ថាន និងសុខភាពសាធារណៈនៅក្នុងប្រទេសឡាវ ជុំវិញការប្រើប្រាស់ថ្នាំសម្លាប់សត្វល្អិត និងថ្នាំសម្លាប់ស្មៅយ៉ាងហួសហេតុលើដំណាំចម្ការចេករបស់ចិន [9] ។ លើសពីនេះទៀត កាលពីពេលថ្មីៗនេះ អ្នកដាំដុះចេកជនជាតិចិនកំពុងសម្លឹងឆ្ពោះរកប្រទេសកម្ពុជា ដែលមានស្ថានភាពដាំដុះប្រហាក់ប្រហែលនឹងប្រទេសឡាវ ហើយអាចជាមូលដ្ឋានផលិតកម្មមួយទៀត ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់ដល់ទីផ្សារប្រទេសចិន។ ផ្លែចេកកម្ពុជាសម្រេចបានជោគជ័យនូវការចរចារបើកទីផ្សារប្រទេសចិនជាផ្លូវការ កាលពីខែមេសា ឆ្នាំ២០១៩ ហើយនៅខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩ មានចម្ការចេកចំនួន៩ របស់កម្ពុជាត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យនាំចូលទៅប្រទេសចិន ហើយក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនទាំងនេះត្រូវបានផ្តល់មូលនិធិដោយអ្នកវិនិយោគចិន [10] ។

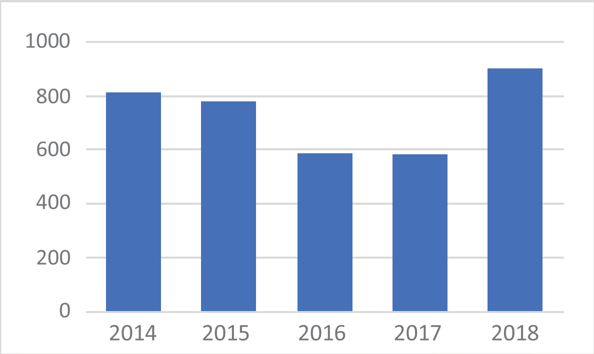
តារាងទី ១៖ តំបន់ដាំផ្លែចេករបស់ប្រទេសចិន

តំបន់	**រដូវកាលក្នុងទីផ្សារ**
យូណាន	មករា – ឧសភា
ខេត្តខាងទុងភាគខាងលិច និងហៃណាន	ឧសភា – សីហា
គ័ងស៊ី	សីហា – ធ្នូ
ខេត្តខាងទុងភាគខាងកើត និងហ្វូជៀន	សីហា – ធ្នូ

៣.៣ ការនាំចូល

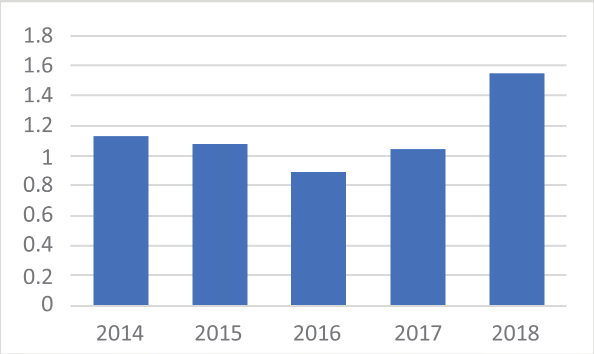
លេខកូដ (HS Code: 08039000)៖ សម្រាប់ផ្លែចេកផ្សេងៗ ស្រស់ ឬស្ងួត មិនរាប់បញ្ចូលចេកអំបូរ Plantains ទេ

រូបភាពទី ៩ ៖ តម្លៃនាំចូលផ្លែចេក [5]



ឯកតា៖ លានដុល្លារអាមេរិក

រូបភាពទី ១០ ៖ បរិមាណនាំចូលផ្លែចេក [5]



ឯកតា៖ លានតោន

ទោះបីក្នុងនាមជាអ្នកផលិតផ្លែចេកធំបំផុតទី២ របស់ពិភពលោកក៏ដោយ ប្រទេសចិនក៏ជាប្រទេសនាំចូលផ្លែចេកច្រើនជាងគេផងដែរ។ កាលពីឆ្នាំ២០១៨ ប្រទេសចិនបាននាំចូលផ្លែចេកច្រើនជាង ១,៥ លានតោន ដែលមានតម្លៃជិត ៨៩៧ លានដុល្លារអាមេរិកពីប្រទេសចំនួន១២ ។ ប្រទេសហ្វីលីពីន គឺជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ផ្លែចេកទៅប្រទេសចិនឈានមុខគេ

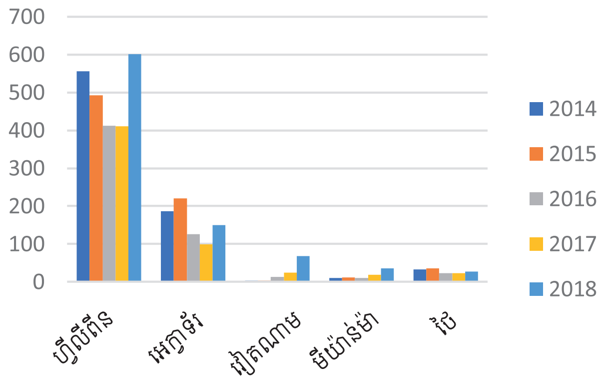
ដោយមានបរិមាណនាំចូលនៅឆ្នាំ២០១៨ របស់ខ្លួនកើនរហូតដល់ជាង ១លានតោន ដែលមានតម្លៃច្រើនជាង ៦០០ លានដុល្លារអាមេរិក - ប្រហែល ២/៣ នៃការនាំចូលសរុបរបស់ចិន ប្រសិនបើគិតទាំងបរិមាណ និងតម្លៃ។ ប្រទេសអេក្វាទ័រ វៀតណាម មីយ៉ាន់ម៉ា និងថៃក៏ស្ថិតនៅក្នុងចំណោមអ្នកផ្គត់ផ្គង់ផ្លែចេកទៅប្រទេសចិនឈានមុខគេទាំង៥ ផងដែរ។ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ផ្លែចេកទៅប្រទេសចិនដែលគួរឱ្យកត់សម្គាល់ផ្សេងទៀតកាលពីឆ្នាំ២០១៨ រួមមាន ប្រទេសឥណ្ឌូនេស៊ី (៩,៨ លានដុល្លារអាមេរិក) និង កូស្តារីកា (៤,៦ លានដុល្លារអាមេរិក)។ យោងតាមស្ថិតិផ្លូវការ ប្រទេសឡាវបាននាំចេញផ្លែចេកក្នុងបរិមាណតិចតួចទៅកាន់ប្រទេសចិនកាលពីឆ្នាំ២០១៥ ឆ្នាំ២០១៧ និងឆ្នាំ២០១៨ ដោយតម្លៃប្រចាំឆ្នាំចំនួន ២០ ០០០ ទៅ ៣០ ០០០ ដុល្លារអាមេរិក។

ស្ថិតិផ្លូវការបានបង្ហាញថាមានតែផ្លែចេកក្នុងបរិមាណតិចតួចប៉ុណ្ណោះដែលបាននាំចូលទៅប្រទេសចិនក្នុងឆ្នាំ២០១៥ ឆ្នាំ២០១៧ និងឆ្នាំ២០១៨ ក្នុងតម្លៃប្រចាំឆ្នាំ ២០ ០០០ ទៅ ៣០ ០០០ ដុល្លារអាមេរិក។ ប៉ុន្តែអ្នកជំនាញខាងផ្នែកឧស្សាហកម្មរាយការណ៍ថា ផ្លែចេកជាច្រើនក្នុងតម្លៃខ្ពស់បានចូលទៅប្រទេសចិនតាមព្រំដែនប៉ែកខាងត្បូងជាមួយប្រទេសឡាវ។ ទោះជាជំនួញនេះមិនមែនទើបតែមានក៏ដោយ ប៉ុន្តែផ្លែចេកប្រទេសឡាវទើបតែបានចរចារបើកទីផ្សារផ្លូវការកាលពីខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៨ ទេ [11] ដែលនេះអាចមកពីកង្វះខាតការបង្ហាញក្នុងទិន្នន័យផ្លូវការ។ យោងតាមការគណនារបស់មជ្ឈមណ្ឌលពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ ប្រទេសឡាវបាននាំចេញផ្លែចេកស្នាប់មុខ (Plantain) ក្នុងតម្លៃ ១៨៣,៥ លានដុល្លារអាមេរិក (កូដ HS ៖ 080310) ទៅប្រទេសចិនកាលពីឆ្នាំ២០១៦ ដែលមិនបង្ហាញនៅក្នុងស្ថិតិនាំចូលផ្លូវការរបស់ប្រទេសចិនឡើយ។ ជាទូទៅ គេបានដឹងថា ការវិនិយោគរបស់ចិនយ៉ាងធំនៅក្នុងផលិតកម្មចេករបស់ប្រទេសឡាវអស់រយៈពេលជាច្រើនឆ្នាំកន្លងមកនេះ គឺមានបំណងផ្គត់ផ្គង់ទីផ្សារនៅក្នុងប្រទេសចិន។ ខណៈដែលមិនទាន់បានបង្ហាញក្នុងស្ថិតិផ្លូវការ ប្រទេសឡាវទំនងជាស្ថិតនៅក្នុងចំណោមប្រទេសទាំង៥ ដែលផ្គត់ផ្គង់ផ្លែចេកដល់ចិនច្រើនជាងគេផងដែរ។

កម្មករកំពុងបញ្ជូនទំនិញផ្លែចេករបស់ប្រទេសឡាវដាក់លើរថយន្ត ដឹកទំនិញនៅទីក្រុងម៉ូហាន ព្រំដែនខេត្តយូណាន

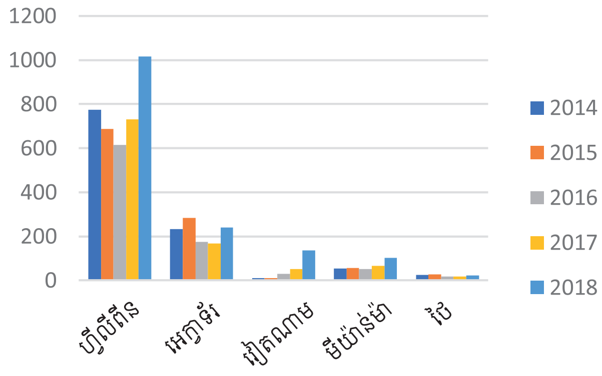
ផ្លែចេករបស់ឡាវដែលបានវេចខ្ចប់សម្រាប់ដឹកជញ្ជូនទៅប្រទេសចិន

រូបភាពទី ១១ ៖ តម្លៃនាំចូលផ្លែចេកគិតតាមប្រទេស [5]



ឯកតា៖ លានដុល្លារអាមេរិក

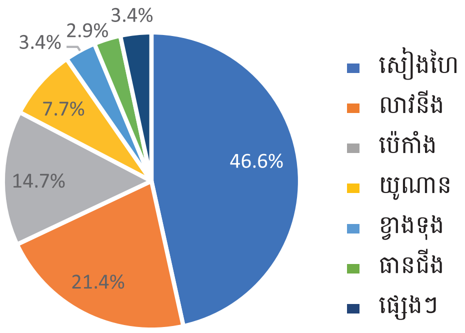
រូបភាពទី ១២ ៖ ទំហំនាំចូលផ្លែចេក គិតតាមប្រទេស [5]



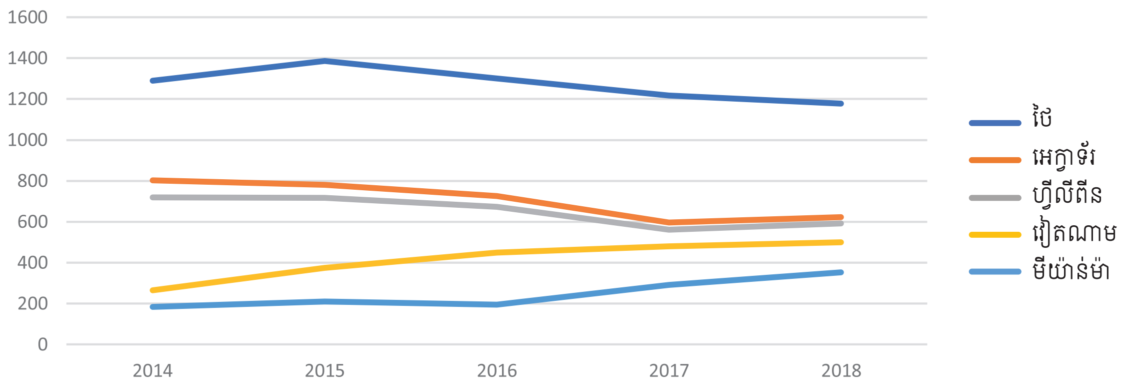
ឯកតា៖ ពាន់តោន

យោងតាមស្ថិតិផ្លូវការ កាលឆ្នាំ២០១៨ ផ្លែចេកត្រូវបាននាំចូលទៅកាន់ខេត្ត និងតំបន់ចំនួន១៦ របស់ប្រទេសចិន ដែលតំបន់ចំនួន៥ មាន ៩៣% នៃការនាំចូលផ្លែចេកទាំងអស់។ ដោយខុសពីតំបន់នាំចូលផ្លែចេកផ្សេងទៀត ការនាំចូលផ្លែចេក ៧៩% របស់ខេត្តយូណានត្រូវបានចូលតាមព្រំដែនពាណិជ្ជកម្មជាមួយប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ា។ ដូចបានពន្យល់នៅខាងលើរូបភាពនេះទំនងជាវាយតម្លៃទាបលើការនាំចូលចេករបស់ខេត្តយូណានដោយសារពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែនមានភាគស្មុគស្មាញ។ ស្រដៀងនេះដែរខេត្តគ័ងស៊ី បាននាំចូលផ្លែចេកមួយចំនួនកាលពីឆ្នាំ២០១៨ តាមរយៈពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែនជាមួយប្រទេសវៀតណាម ប៉ុន្តែតម្លៃសរុបនៃការនាំចូលទាំងនោះត្រូវបានរាយការណ៍ថាមានត្រឹមតែ ៤៤ ៣៦៥ ដុល្លារអាមេរិកតែប៉ុណ្ណោះ ដែលជាតម្លៃទាប។ ទីផ្សារផ្លែចេកប្រទេសចិនធ្លាប់ប្រែប្រួលតម្លៃខ្លាំងដោយសារបញ្ហាផ្គត់ផ្គង់ក្នុងស្រុក និងក្នុងប្រទេសហ្វីលីពីន [12] ។

រូបភាពទី ១៣ ៖ ការនាំចូលចេក គិតតាមខេត្ត [3] ឆ្នាំ២០១៨



រូបភាពទី១៤ ៖ តម្លៃនាំចូលផ្លែចេកជាមធ្យម គិតតាមប្រទេស [5][3] (ដុល្លារអាមេរិក/តោន)



[3] ការគណនាដោយផ្អែកលើទិន្នន័យសរុប

ក្នុងរយៈពេល ៥ឆ្នាំមុន ផ្លែចេកដែលនាំចូលពីប្រទេសវៀតណាម និងមីយ៉ាន់ម៉ា មានការថយចុះតម្លៃជាមធ្យម ជាងផ្លែឈើដែលមកពីប្រទេសផ្សេងទៀត។ ផ្លែចេកដែលមកពីប្រទេសហ្វីលីពីន និងអេក្វាទ័រមានប្រៀបលើទីផ្សារលក់ រាយនៅទីក្រុងលំដាប់ទី១ហើយទទួលបានតម្លៃនាំចូលខ្ពស់ដោយសារតែគុណភាពល្អ។ យោងតាមអ្នកជំនាញខាង ឧស្សាហកម្ម បច្ចេកទេសដាំដុះ ការគ្រប់គ្រងដី ការគ្រប់គ្រងចម្ការផ្លែឈើ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធក្នុងការប្រមូលផលមាន លក្ខណៈប្រសើរជាងមុន ដែលអាចធ្វើឱ្យផ្លែចេកដែលមកពីប្រទេសហ្វីលីពីន និងអេក្វាទ័រមានការខូចខាតតិចតួចពេល ចូលដល់ប្រទេសចិន រូបរាងនៅល្អ និងមានរសជាតិឆ្ងាញ់។ ជាក់ស្តែង ចម្ការជាច្រើនដែលវិនិយោគដោយក្រុមហ៊ុនផ្លែចេក ល្បីៗមានទូខ្សែកាបដឹកជញ្ជូនចេកកាត់ចម្ការ ហើយប្រើការជញ្ជូនដោយដៃតិចតួច។ នៅប្រទេសវៀតណាមភាគច្រើន ប្រមូលផល និងជញ្ជូនផ្លែចេកដោយដៃ ដែលនាំឱ្យផ្លែជាំ និងខូចខាតច្រើន។ ជាលទ្ធផល ផ្លែចេកវៀតណាម គឺជាទូទៅ លក់ជាមួយផ្លែឈើក្នុងស្រុករបស់ប្រទេសចិន ខណៈដែលចេកមកពីហ្វីលីពីន និងអេក្វាទ័របាននាំយកចូលទីផ្សារយ៉ាង ងាយក្នុងនាមជាផលិតផលនាំចូលក្នុងតម្លៃខ្ពស់។ ផ្លែចេករបស់ប្រទេសថៃទទួលបានតម្លៃថេរក្នុងការនាំចូលខ្ពស់ជាង ប្រទេសផ្សេងទៀត ទោះជានាំចូលតិចក្តី ប្រសិនបើប្រៀបធៀបនឹងប្រទេសផ្គត់ផ្គង់ធំៗទាំង៥ ផ្សេងទៀតក៏ដោយ។

៣.៤ ការប្រើប្រាស់

ការបរិភោគផ្លែចេកយ៉ាងទូលំទូលាយនៅគ្រប់តំបន់ប្រទេសចិន និងនៅគ្រប់កម្រិតជីវភាព។ តម្លៃមិនមែនជា បញ្ហាសម្រាប់អ្នកដែលមានប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ទេ ដូច្នេះពួកគេបរិភោគផ្លែចេកដែលមានគុណភាពខ្ពស់ ដែលជាផ្លែចេក នាំចូលទៅប្រទេសចិន។

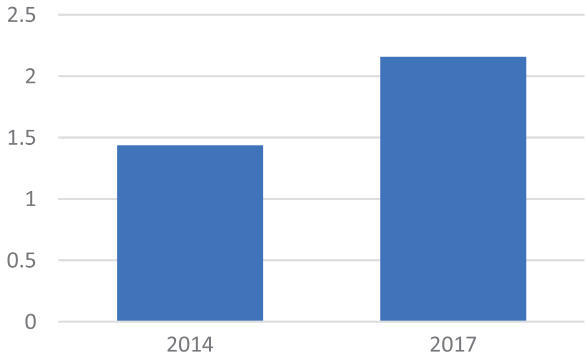
៤. ផ្លែស្វាយ

៤.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ

ផលិតកម្ម	២,២ លានតោន (២០១៧)
រដូវដាំដុះក្នុងស្រុក	ខែកុម្ភៈ – ខែតុលា
ការនាំចូល	១១ ០០០ តោន ២០ លានដុល្លារអាមេរិក (២០១៨)
អ្នកផ្គត់ផ្គង់ច្រើនបំផុត	ថៃ ចិនតៃវ៉ាន់ វៀតណាម ប៉េរូ អូស្ត្រាលី ហ្វីលីពីន ការនាំចូលមិនផ្លូវការ កម្ពុជា ឡាវ

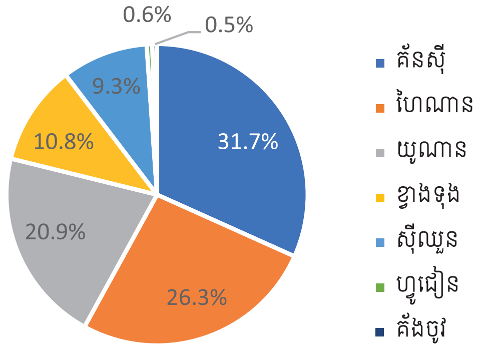
៤.២ ផលិតកម្ម

រូបភាពទី១៥ ៖ ទំហំផលិតកម្មផ្លែស្វាយ [8]



ឯកតា៖ លានតោន

រូបភាពទី១៦ ៖ ផលិតកម្មផ្លែស្វាយ គិតតាមខេត្ត [4][3]



ឆ្នាំ៖ ២០១៧ (បរិមាណ)

កាលពីឆ្នាំ២០១៧ ប្រទេសចិនបានផលិតផ្លែស្វាយជិត ២,២ លានតោន លើផ្ទៃដីដាំដុះសរុប ២៥៣ ០០០ ហិកតា នៅក្នុងខេត្ត និងតំបន់ចំនួន៧ ដោយកើនឡើងទំហំ ៥០% និងកើនឡើងផ្ទៃដីដាំដុះ ៤៥% បើប្រៀបទៅនឹងឆ្នាំ២០១៤។ កាលពីឆ្នាំ២០១៧ ទិន្នផលផ្លែស្វាយជាមធ្យមរបស់ចិន គឺ ៨,៥ តោនក្នុងមួយហិកតា ខណៈដែលទិន្នផលទូទាំងស្រុកនៅក្នុងខេត្តហៃណាន មានចាប់ពី ៦,៤ ទៅ ១៤,១ តោនក្នុងមួយហិកតា។ ផ្លែស្វាយរបស់ខេត្តហៃណាន ចូលទៅក្នុងទីផ្សារក្នុងស្រុកកាលពីខែកុម្ភៈ ហើយភាគច្រើនអាចទិញផ្លែស្វាយបានចាប់ពីខែមេសា ដល់ ខែសីហា។ ផ្លែស្វាយរបស់ខេត្តគ័ងស៊ី ខ្វាងទុង និងយូណាន ចូលទៅក្នុងទីផ្សារក្នុងស្រុកក្នុងទំហំធំចាប់ពីខែមិថុនា ដល់ ខែកញ្ញា។ ភាគច្រើន ផ្លែស្វាយរបស់ខេត្តស៊ីឈួន គឺជាស្វាយទុំពាក់កណ្តាលរដូវ និងចុងរដូវ ដែលចូលទៅក្នុងទីផ្សារចាប់ពីខែកក្កដា ដល់ ខែតុលា។

តារាងទី ២ ៖ តំបន់ដាំដុះផ្លែស្វាយរបស់ប្រទេសចិន

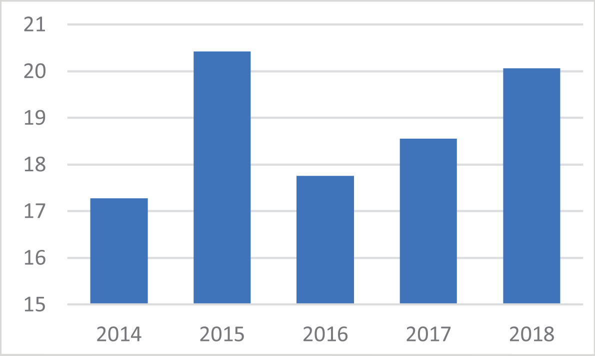
តំបន់	**រដូវដាំដុះក្នុងទីផ្សារ**
ហៃណាន	ខែកុម្ភៈ – ខែសីហា
គ័ងស៊ី ខ្វាងទុង យូណាន	ខែមិថុនា – ខែកញ្ញា
ស៊ីឈួន	ខែកក្កដា – ខែតុលា

[4] ២០១៧ ឆ្នាំចុងក្រោយបង្អស់ដោយមានទិន្នន័យពេញលេញ

៤.៣ ការនាំចូល

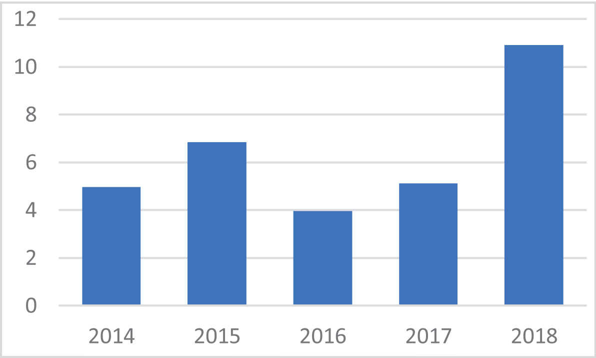
លេខកូដនាំចូល (HS Code: 08045020) សម្រាប់ផ្លែស្វាយស្រស់ ឬស្ងួត

រូបភាពទី១៧ ៖ តម្លៃនាំចូលផ្លែស្វាយ [5]



ឯកតា៖ លានដុល្លារអាមេរិក

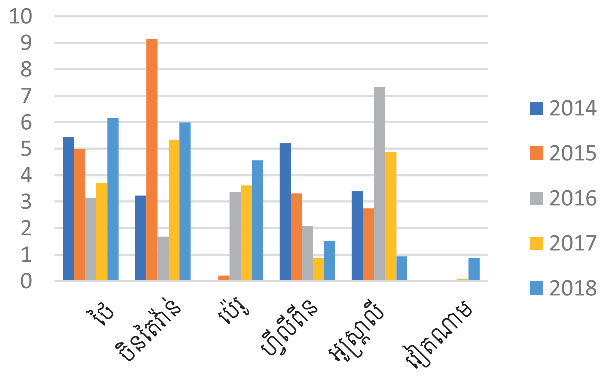
រូបភាពទី១៨ ៖ បរិមាណនាំចូលផ្លែស្វាយ [5]



ឯកតា៖ ពាន់តោន

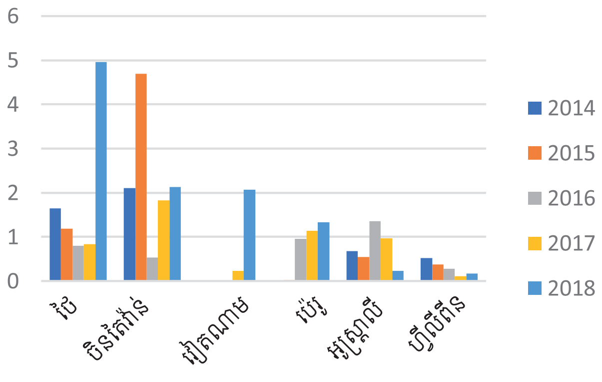
កាលពីឆ្នាំ២០១៨ ប្រទេសចិនបាននាំចូលផ្លែស្វាយជិត ១១ ០០០ តោនដែលមានតម្លៃលើស ២០លានដុល្លារអាមេរិក មកពីប្រទេស និងតំបន់ចំនួន៩ ដែលបង្ហាញថាមានការកើនទំហំ ១១៣% ប៉ុន្តែកើនឡើងតម្លៃត្រឹមតែ ៨,១% តែប៉ុណ្ណោះ បើធៀបទៅនឹងឆ្នាំ២០១៧ ។ ការកើនឡើងទាំងនេះបានកើនឡើងយ៉ាងខ្លាំងតាមរយៈប្រទេសថៃ និងវៀតណាម ដែលទំហំនាំចេញផ្លែស្វាយទាំងនោះទៅប្រទេសចិនកើនឡើងប្រមាណ ៤៩២% និង ៨១៦% ។

រូបភាពទី ១៩៖ តម្លៃនាំចូលផ្លែស្វាយ គិតតាមប្រទេស/តំបន់ [5]



ឯកតា៖ លានដុល្លារអាមេរិក

រូបភាពទី ២០៖ ទំហំនាំចូលផ្លែស្វាយ គិតតាមប្រទេស/តំបន់ [5]

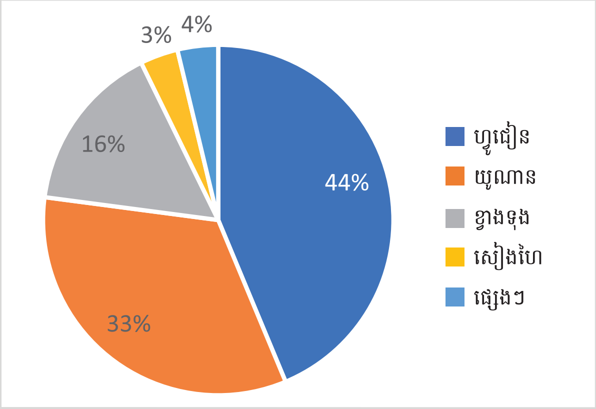


ឯកតា៖ ពាន់តោន

បន្ថែមលើអ្នកផ្គត់ផ្គង់នាំមុខ ប្រទេសផ្សេងទៀតជាច្រើនបាននាំចូលផ្លែស្វាយតិចតួចខ្លះដែរទៅប្រទេសចិនក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ។ ប្រទេសដែលគួរឱ្យកត់សម្គាល់បំផុតក្នុងចំណោមប្រទេសទាំងនេះ គឺមានប្រទេសអេក្វាទ័រ និងប៉ាគីស្ថាន ដែលចិនបាននាំចូលផ្លែស្វាយពីប្រទេសទាំងពីរនេះចំនួន ១១,១ និង ៩,២ តោនកាលពីឆ្នាំ២០១៨។ ប្រទេសឥណ្ឌាក៏បាននាំចេញផ្លែស្វាយ ១,៨ តោនទៅប្រទេសចិនកាលពីឆ្នាំ២០១៨ ដែរ។

យោងតាមស្ថិតិផ្លូវការ កាលពីឆ្នាំ២០១៨ ផ្លែស្វាយត្រូវបាននាំចូលទៅក្នុងខេត្ត និងតំបន់ចំនួន១៦ របស់ប្រទេសចិន មានខេត្តហ្វូជៀន យូណាន និងខ្វាងទុង ស្មើនឹង ៩៣% នៃការនាំចូល គិតតាមទំហំ។ ផ្លែស្វាយរបស់ថៃនាំចូលទៅភាគច្រើនតាមខេត្តយូណាន ខណៈស្វាយរបស់វៀតណាម និងតៃវ៉ាន់ ត្រូវបានរាយការណ៍ថា ភាគច្រើនចូលទៅប្រទេសចិនតាមរយៈខេត្តខ្វាងទុង។ ផ្លែស្វាយមកពីប្រទេសហ្វីលីពីន អូស្ត្រាលី ប៉េរូ និងប្រទេសផ្សេងទៀត ដែលចូលប្រទេសចិនតាមខេត្តគ័ងចូវ ទោះជាក៏មានការនាំចូលតិចតួចដែរតាមសៀងហៃ សានទុង ប៉េកាំង និងតំបន់ផ្សេងទៀតក៏ដោយ។

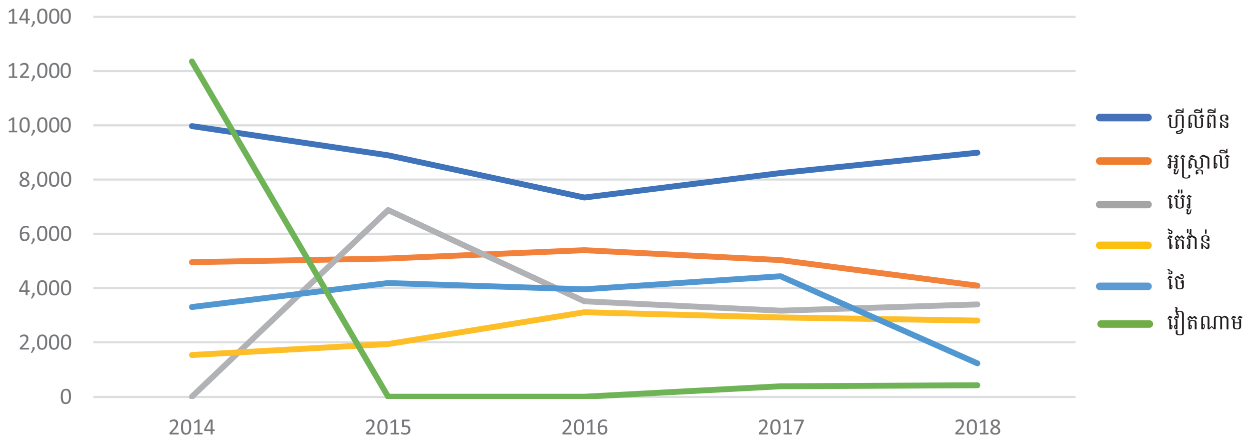
រូបភាពទី ២១ ៖ ការនាំចូលផ្លែស្វាយ គិតតាមខេត្ត [3]



ទំហំនៃការនាំចូលឆ្នាំ២០១៨

ទោះជាយ៉ាងណា ផ្ទុយនឹងស្ថិតិផ្លូវការ អ្នកជំនាញខាងឧស្សាហកម្មបានរាយការណ៍ថា មានការនាំចូលស្វាយច្រើនជាង ៩០% ពីប្រទេសវៀតណាមតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែន មិនមាននៅក្នុងតួលេខពន្ធដាររបស់ប្រទេសចិនទេ [13]។

រូបភាពទី២២ ៖ តម្លៃនាំចូលផ្លែស្វាយជាមធ្យម [5][4] (ដុល្លារអាមេរិក/តោន)



ក្នុងរយៈពេលជាង ៥ឆ្នាំកន្លងមកនេះ ផ្លែស្វាយមកពីប្រទេសហ្វីលីពីនបានទទួលតម្លៃនាំចូលជាមធ្យមខ្ពស់ជាងផ្លែស្វាយដែលមកពីប្រទេសផ្សេងទៀតកាលពីឆ្នាំ២០១៨ តម្លៃជាមធ្យមរបស់ស្វាយ គឺ ៨ ៩៩៥ ដុល្លារអាមេរិកក្នុងមួយតោន ដែលថ្លៃជាងពីរដងនៃតម្លៃជាមធ្យមរបស់ស្វាយអូស្ត្រាលី ដែលតម្លៃខ្ពស់បំផុតបន្ទាប់។ ស្វាយថៃបានបង្ហាញឱ្យឃើញការធ្លាក់ចុះតម្លៃនាំចូលយ៉ាងកំហុក ពី ៤ ៤៣៨ ដុល្លារអាមេរិក កាលពីឆ្នាំ២០១៧ មកត្រឹម ១ ២៣៨ ដុល្លារអាមេរិក កាលពីឆ្នាំ ២០១៨។ តាំងពីឆ្នាំ២០១៥ តម្លៃនាំចូលផ្លែស្វាយវៀតណាមជាមធ្យមសល់ត្រឹមតែមួយភាគប៉ុណ្ណោះ នៃតម្លៃដែលទទួលបានដោយអ្នកផ្គត់ផ្គង់កំពូលៗផ្សេងទៀតត្រឹមតែ ៤២៣ ដុល្លារអាមេរិកក្នុងមួយតោន កាលពីឆ្នាំ២០១៨។

[4] ការគណនាដោយផ្អែកលើទិន្នន័យសរុប

ស្វាយរបស់វៀតណាមតែងតែវេចខ្ចប់ដោយមានការការពារបន្តិចបន្តួច ឬមិនបានការពារពីការប៉ះទង្គិច ហើយត្រូវតម្រៀប និងវេចខ្ចប់ឡើងវិញដោយឈ្មួញផ្សារលក់ដុំរបស់ចិន។ ជារួម ដោយសារតែស្វាយមានគុណភាពទាបជាញឹកញាប់ ស្វាយត្រូវបានលក់ជាផ្លែឈើក្នុងស្រុកដែលមានតម្លៃថោកនៅប្រទេសចិន។

ស្វាយក្នុងស្រុករបស់ប្រទេសចិនជាច្រើនមកដល់ក្នុងផ្សារលក់ដុំបានតម្រៀប និងវេចខ្ចប់រួចជាស្រេចដើម្បីបង្ការពីការប៉ះទង្គិច

៤.៤ ការប្រើប្រាស់

ផ្លែស្វាយត្រូវបានយកមកបរិភោគទូទាំងប្រទេសចិន ទោះបីជាការបរិភោគច្រើនបំផុត គឺនៅតំបន់ភាគខាងត្បូង និង ទីក្រុងលំដាប់ទីមួយ និងទីពីរក៏ដោយ។ បន្ថែមទៅនឹងការបរិភោគផ្លែស្វាយស្រស់ មួយចំណែកធំនៃផ្លែស្វាយក្នុងស្រុករបស់ចិនត្រូវបានយកមកធ្វើជាទឹកផ្លែឈើ ដំណាប់ស្វាយ និងផលិតផលផ្សេងទៀត។ តំបន់មួយចំនួនរបស់ចិនដែលដាំដុះស្វាយសកម្មបំផុតបានផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលរបស់ពួកគេ ដោយមានម៉ាកយីហោតំបន់ភូមិសាស្ត្រ ដូចជាម៉ាក Sanya (ទីក្រុងនៃខេត្តហៃណាន) ដែលជាតំបន់ដែលមានស្វាយប្រភេទពណ៌លឿង និងម៉ាក Panzhihua មកពីខេត្តស៊ីឈួន ដែលជាប្រភេទស្វាយពណ៌ក្រហម និងមានទំហំផ្លែធំ។ ការនាំចូលផ្លែស្វាយវៀតណាមភាគច្រើន គឺជាស្វាយប្រភេទពណ៌បៃតង ទោះបីជាមានការនាំចូលផ្លែស្វាយប្រភេទផ្សេងទៀតក៏ដោយ។ ជាទូទៅ ផ្លែស្វាយមកពីប្រទេសហ្វីលីពីន ត្រូវបានគេចាត់ទុកជាស្វាយដែលមានរសជាតិផ្អែម និងមានគុណភាពខ្ពស់បំផុតក្នុងចំណោមការនាំចូលស្វាយទាំងអស់។

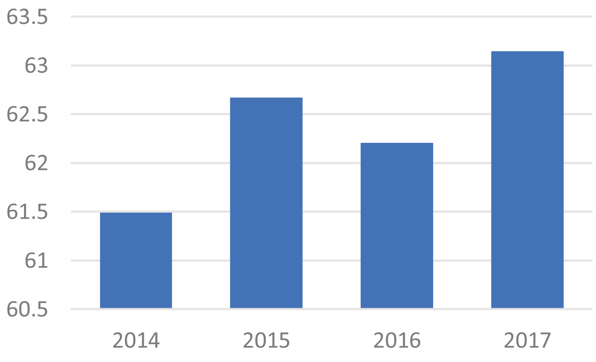
៥. ផ្លែឪឡឹក

៥.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ

ផលិតកម្ម	៦៣ លានតោន (២០១៧)
រដូវកាលក្នុងស្រុក	ខែកក្កដា – ខែវិច្ឆិកា
ការនាំចូល	២១៩,៩ ពាន់តោន ; ៤៣,៧លានដុល្លារអាមេរិក (២០១៨)
អ្នកផ្គត់ផ្គង់	វៀតណាម មីយ៉ាន់ម៉ា ឡាវ *រដូវប្រមូលផលក្នុងស្រុក៖ កម្ពុជា*

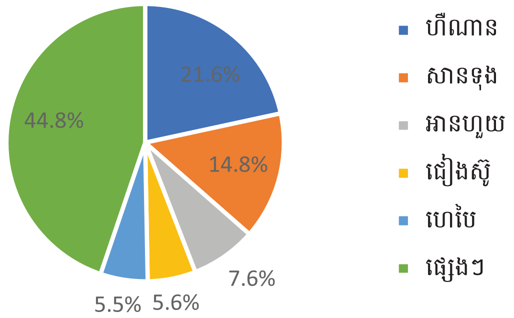
៥.២ ផលិតកម្ម

រូបភាពទី២៣ ៖ ទំហំផលិតកម្មផ្លែឪឡឹក [2]



ឯកតា៖ លានតោន

រូបភាពទី២៤ ៖ ផលិតកម្មផ្លែឪឡឹកគិតតាមខេត្ត [2] [5]



ឆ្នាំ៖ ២០១៦ (បរិមាណ)

ប្រទេសចិនផលិតផ្លែឪឡឹកច្រើនជាងផ្លែឈើផ្សេងៗទៀត។ កាលឆ្នាំ២០១៧ ប្រទេសចិនបានផលិតផ្លែឪឡឹកជាង ៦៣លានតោន—ទំហំច្រើនជាងពីរដងនៃចំនួនដែលបានផលិតដោយប្រទេសផ្សេងទៀតក្នុងពិភពលោករួមបញ្ចូលគ្នា។ ផ្ទុយទៅវិញ ប្រទេសអ៊ីរ៉ង់ជាប្រទេសផលិតផ្លែឪឡឹកច្រើនជាងគេបំផុតទី២ ដែលបានផលិតផ្លែឪឡឹក ៤,១ លានតោន ហើយស្មើត្រឹមតែ ៥% នៃទំហំការផលិតរបស់ប្រទេសចិនប៉ុណ្ណោះ [1] ។ គ្រប់ខេត្ត និងតំបន់ក្នុងប្រទេសចិនផលិតផ្លែឪឡឹក សូម្បីតែខេត្តហឺណាន និងសានទុង នាំមុខគួរឱ្យកត់សម្គាល់។ ទិន្នផលផ្លែឪឡឹកជាមធ្យមរបស់ប្រទេសចិនទាំងមូលគឺ ៤២ តោនក្នុងមួយហិកតា ស្របពេលដែលទិន្នផលជាមធ្យមមានចំណាត់ថ្នាក់ចាប់ពី ២៤ ដល់ ៥៩ តោនក្នុងមួយហិកតា ទូទាំងខេត្ត និងតំបន់ទាំងអស់ដោយខេត្តហឺណាន សម្រេចបានទិន្នផលជាមធ្យមខ្ពស់ជាងគេបំផុត។

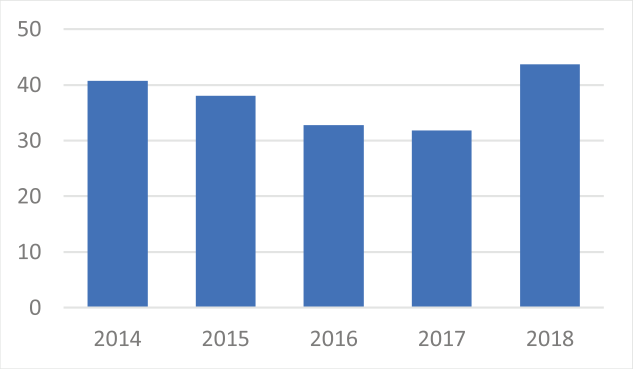
ផ្លែឪឡឹកក្នុងស្រុកភាគច្រើនមានចាប់ពីខែកក្កដា ដល់ ខែវិច្ឆិកា។ ប្រភេទឪឡឹកដែលផ្តល់ទិន្នផលរហ័សរបស់ប្រទេសចិនជាទូទៅត្រូវបានដាំនៅពាក់កណ្តាលខែមីនា និងចូលទីផ្សារក្នុងស្រុកនៅពាក់កណ្តាលខែកក្កដា ចំណែកឯប្រភេទឪឡឹកផ្តល់ទិន្នផលទាប គឺដាំនៅពាក់កណ្តាលខែមីនាទៅចុងខែមេសា ដើម្បីឈានចូលទីផ្សារចាប់ពីខែកក្កដាដល់ដើមខែសីហា។ ការរៀបចំដីដាំដុះដំណាំឪឡឹកតាមដីស្រែធ្វើឡើងនៅចុងខែមិថុនាដល់ពាក់កណ្តាលខែកក្កដា និងឈានចូលទីផ្សារនៅខែកញ្ញា ដល់ ខែតុលា។ ការរៀបចំដីចម្ការផ្ទះកញ្ចក់ធ្វើឡើងនៅចុងខែកក្កដាដល់ដើមខែសីហា ហើយផលដំណាំឈានចូលទីផ្សារក្នុងស្រុកនៅខែតុលា។ លើសពីនេះទៀត ផ្លែឪឡឹកដាំក្នុងផ្ទះកញ្ចក់ និងផ្លែឪឡឹកដាំនៅខេត្តហៃណាន ក្នុងបរិមាណតិចតួច ជាញឹកញាប់តែងតែមាននៅរដូវត្រជាក់ និងរដូវផ្ការីក។

[5] ២០១៦ ឆ្នាំចុងក្រោយបង្អស់ដោយមានទិន្នន័យពេញលេញ

៥.៣ ការនាំចូល

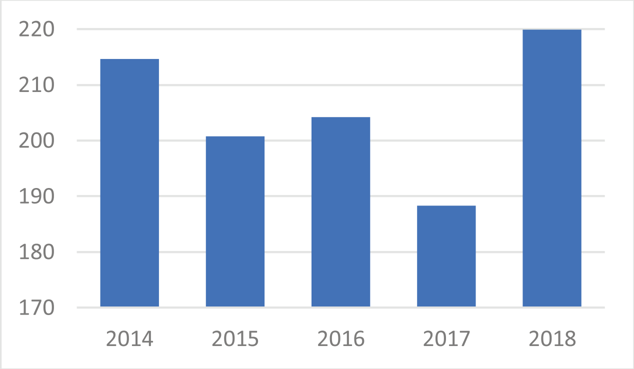
លេខកូដនាំចូល (HS Code: 08071100)៖ សម្រាប់ផ្លែឪឡឹកស្រស់

រូបភាពទី២៥ ៖ តម្លៃនាំចូលផ្លែឪឡឹក [2]



ឯកតា៖ លានដុល្លារអាមេរិក

រូបភាពទី២៦ ៖ ទំហំនាំចូលផ្លែឪឡឹក [2]



ឯកតា៖ លានតោន

កាលឆ្នាំ២០១៨ ប្រទេសចិនបាននាំចូលផ្លែឪឡឹក ២២០ ០០០តោនក្នុងតម្លៃ ៤៣,៧ លានដុល្លារអាមេរិក។ យោងតាមតួលេខផ្លូវការ ៥ឆ្នាំកន្លងមកនេះ ការនាំចូលផ្លែឪឡឹកមកពីវៀតណាមទៅប្រទេសចិន គឺលើសពី ៩៨% ហើយប៉ុន្មានភាគរយដែលនៅសល់ភាគច្រើន គឺមកពីប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ា និងភាគតិចជាងគេ គឺមកពីប្រទេសម៉ាឡេស៊ី។ ស្ថិតិផ្លូវការបានបង្ហាញថាផ្លែឪឡឹករបស់វៀតណាម ១០០% ចូលប្រទេសចិនតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មព្រំដែនជាមួយខេត្តក្វាងស៊ី ចំណែកការនាំចូលមកពីប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ាមានតម្លៃត្រឹមតែ ៣៤៥ ០០០ដុល្លារអាមេរិកប៉ុណ្ណោះក្នុងឆ្នាំ២០១៨[6] ហើយទាំងអស់នេះនាំចូលតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មព្រំដែនជាមួយខេត្តយូណាន។ ប៉ុន្តែអ្នកជំនាញឧស្សាហកម្មបានរាយការណ៍ថា ការនាំចូលឪឡឹករបស់ប្រទេសចិនអាចនឹងខ្ពស់ជាងក្នុងរបាយការណ៍ដូចជា ការដឹកទំនិញតាមនាវាជាច្រើនដែលចូលតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មព្រំដែន-ប្រជាជនដែលមិនបានគណនាជាតួលេខផ្លូវការ (សូមមើលផ្នែក១១) ហើយប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ាអាចទំនងជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ផ្លែឪឡឹកយ៉ាងធំបំផុតទៅកាន់ប្រទេសចិន។

តម្លៃជាមធ្យមរបស់ផ្លែឪឡឹកដែលបាននាំចូលពីប្រទេសវៀតណាមកាលឆ្នាំ២០១៨ គឺ ១៩៩ ដុល្លារអាមេរិកក្នុងមួយតោន ដែលច្រើនជាងរបស់ប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ា ២១៧ដុល្លារអាមេរិកក្នុងមួយតោន ទោះបីជាតិចជាងរបស់ប្រទេសម៉ាឡេស៊ី ៣៩៨ដុល្លារអាមេរិកក្នុងមួយតោនក៏ដោយ[7]។ ផ្លែឪឡឹកដែលនាំចូលមកពីប្រទេសវៀតណាម និងមីយ៉ាន់ម៉ាជួយផ្គត់ផ្គង់ទីផ្សារនៅក្នុងរដូវត្រជាក់នៅពេលដែលផ្លែឪឡឹកក្នុងស្រុកមានតិចតួចបំផុត។

៥.៤ ការប្រើប្រាស់

ផ្លែឪឡឹកត្រូវបានបរិភោគទូទាំងតំបន់ និងគ្រប់កម្រិតជីវភាពនៅក្នុងប្រទេសចិន។ ផ្លែឪឡឹកមានតម្លៃសមរម្យបើប្រៀបធៀបទៅនឹងផ្លែឈើពេញនិយមផ្សេងទៀត ហើយជាទូទៅឪឡឹកត្រូវបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងភោជនីយដ្ឋាន បារកន្លែងខារ៉ាអូខេ សណ្ឋាគារ និងហាងតែ។ ឪឡឹកក៏ត្រូវបានប្រើជាញឹកញាប់ជាគ្រឿងផ្សំនៅក្នុងទឹកផ្លែឈើស្រស់ និងភេសជ្ជៈតែផងដែរ។ យោងតាមផលិតកម្ម និងតួលេខនាំចូលប្រទេសចិនមានការប្រើប្រាស់ផ្លែឪឡឹកក្នុងមនុស្សម្នាក់លើសពី ៥៥ គីឡូក្រាមកាលពីឆ្នាំ២០១៨ ។

[6] ទំហំនាំចូល និងតម្លៃជាក់ស្តែងអាចនឹងត្រូវបាននិយាយតិចជាងការពិតដោយសារតែអាជីវកម្មតាមព្រំដែន

[7] ការគណនាដោយផ្អែកលើទិន្នន័យសរុប

ផ្លែឪឡឹករបស់វៀតណាមនៅផ្សារលក់ដុំផ្លែឈើស្រស់នៅឃុនមីង រាជធានីនៃខេត្តយូណាន

ផ្លែឪឡឹករបស់វៀតណាមបានវេចខ្ចប់សម្រាប់ប្រទេសចិនដោយមាន បិទស្លាកបង្ហាញពី ទីតាំងផលិត កន្លែងវេចខ្ចប់ និងព័ត៌មានលំអិតរបស់អ្នកនាំចេញ

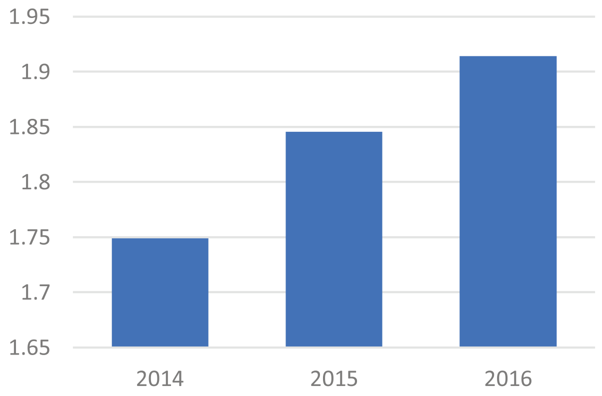
៦. ផ្លែមៀន

៦.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ

ផលិតកម្ម	១,៩ លានតោន (២០១៦)
រដូវដាំដុះក្នុងស្រុក	ខែកក្កដា - ខែតុលា
ការនាំចូល	៤៥៧.០០០ តោន; ៣៦៥.៦ លានដុល្លារអាមេរិក (២០១៨)
អ្នកផ្គត់ផ្គង់	វៀតណាម ថៃ

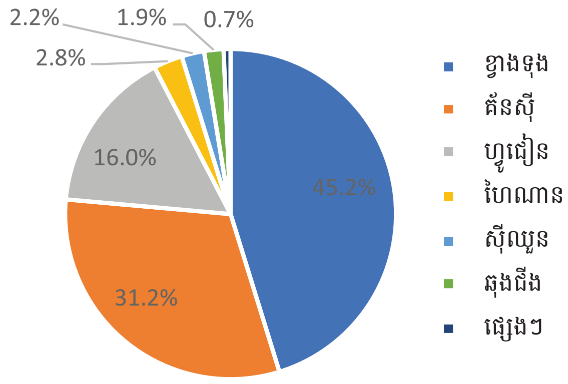
៦.២ ផលិតកម្ម

រូបភាពទី២៧ ៖ ទំហំការផលិតកម្មផ្លែមៀន [8]



ឯកតា៖ លានតោន

រូបភាពទី២៨ ៖ ផលិតកម្មផ្លែមៀនតាមខេត្ត [8][8]



ឆ្នាំ៖ ២០១៦ (បរិមាណ)

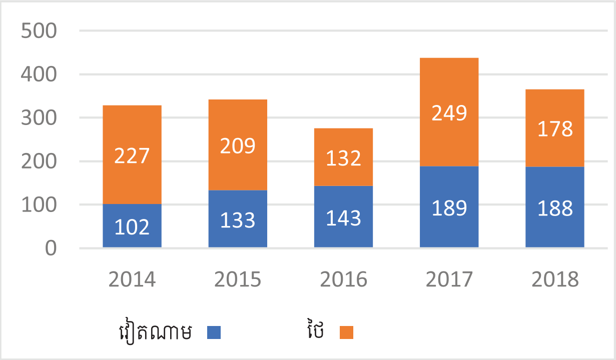
កាលពីឆ្នាំ២០១៦ ប្រទេសចិនបានផលិតផ្លែមៀនជាង ១,៩ លានតោនដោយប្រើផ្ទៃដី ៣១០ ០០០ហិកតា ដែលបង្ហាញថាមានការកើនឡើងយឺត ប៉ុន្តែថេរទាំងបរិមាណ និងផ្ទៃដីដាំដុះ ក្នុងរយៈពេលពីរឆ្នាំកន្លងមកនេះ។ កាលពីឆ្នាំ២០១៦ ផលិតកម្មផ្លែមៀននៅខេត្តខ្វាងទុង គ័ងស៊ី និងហ្វូជៀនមានទំហំលើស ៩២% នៃផលិតកម្មទូទាំងប្រទេសចិន ហើយមានការបង្ហាញតួលេខស្រដៀងគ្នានៅឆ្នាំ២០១៧ ទោះបីជាមិនទាន់មានការណ៍ទិន្នន័យលើតំបន់ផលិតផ្លែមៀនទាំងអស់ផ្សេងទៀតក៏ដោយ។ ទិន្នផលផ្លែមៀនជាមធ្យមរបស់ចិនគឺ ៦,២ តោនក្នុងមួយហិចតា ខណៈដែលទិន្នន័យទូទាំងស្រុកនៅក្នុងខេត្តខ្វាងទុង មានចាប់ពី ២,៤ ទៅ ១២,១ តោនក្នុងមួយហិចតា។ ជាធម្មតា គេដាំដើមមៀននៅនិទាឃរដូវ និងសរទរដូវ ហើយត្រូវការពេលពី ៣ ទៅ ៤ ឆ្នាំ ដើម្បីទទួលបានផ្លែ។ ផ្លែមៀនរបស់ចិន គឺប្រមូលផល និងមានលក់នៅទីផ្សារក្នុងស្រុកចាប់ពីខែកក្កដា ដល់ ខែតុលា។

[8] ២០១៦ ឆ្នាំចុងក្រោយបង្អស់ដោយមានទិន្នន័យពេញលេញ

៦.៣ ការនាំចូល

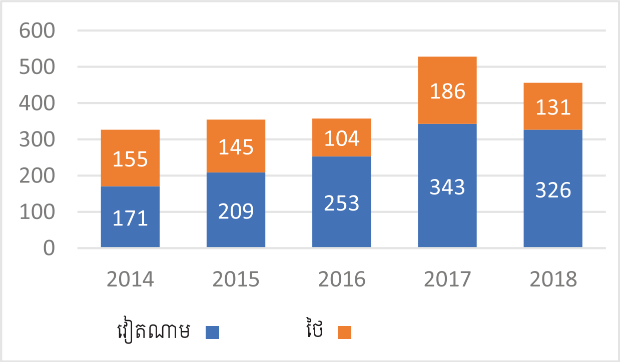
លេខកូដនាំចូល (HS Code: 08109030)៖ សម្រាប់ផ្លែមៀនស្រស់

រូបភាពទី២៩ ៖ តម្លៃនាំចូលផ្លែមៀន គិតតាមប្រទេស [5]



ឯកតា៖ លានដុល្លារអាមេរិក

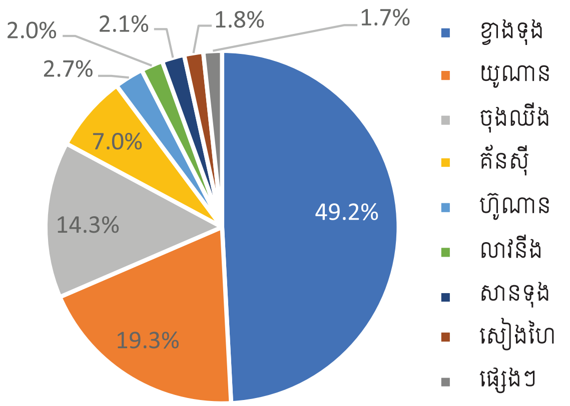
រូបភាពទី៣០ ៖ បរិមាណនាំចូលផ្លែមៀន គិតតាមប្រទេស [5]



ឯកតា៖ ពាន់តោន

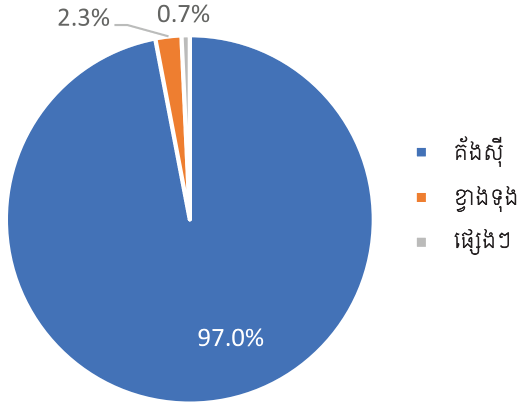
កាលពីឆ្នាំ២០១៨ តួលេខជាផ្លូវការបង្ហាញថាប្រទេសចិនបាននាំចូលផ្លែមៀនជិត ៤៥៧ ០០០ តោន ដែលមានតម្លៃជាង ៣៦៥,៦ លានដុល្លារអាមេរិក ដែលថយបន្តិចធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៧ ប៉ុន្តែនៅតែបង្ហាញពីការកើនឡើងបន្តិចបន្តួចក្នុងរយៈពេល ៣ឆ្នាំកន្លងមកនេះ។ ក្នុងរយៈពេល ៥ឆ្នាំកន្លងមកនេះ មានតែប្រទេសវៀតណាម និងថៃតែប៉ុណ្ណោះដែលជាប្រទេសនាំចេញផ្លែមៀនទៅកាន់ប្រទេសចិន លើកលែងតែប្រទេសឡាវ ដែលបាននាំចេញផ្លែមៀន ១១៥ តោនទៅកាន់ប្រទេសចិន កាលពីឆ្នាំ២០១៧។ ផ្លែមៀនរបស់ថៃ និងវៀតណាមចូលក្នុងប្រទេសចិនតាមរយៈការនាំចូលតាមច្រកផ្សេងៗគ្នា ហើយក៏ទទួលបានតម្លៃខុសគ្នាយ៉ាងខ្លាំងដែរ។

រូបភាពទី ៣១៖ ការនាំចូលផ្លែមៀនថៃ គិតតាមខេត្ត [3]



ឆ្នាំ៖ ២០១៨ (បរិមាណ)

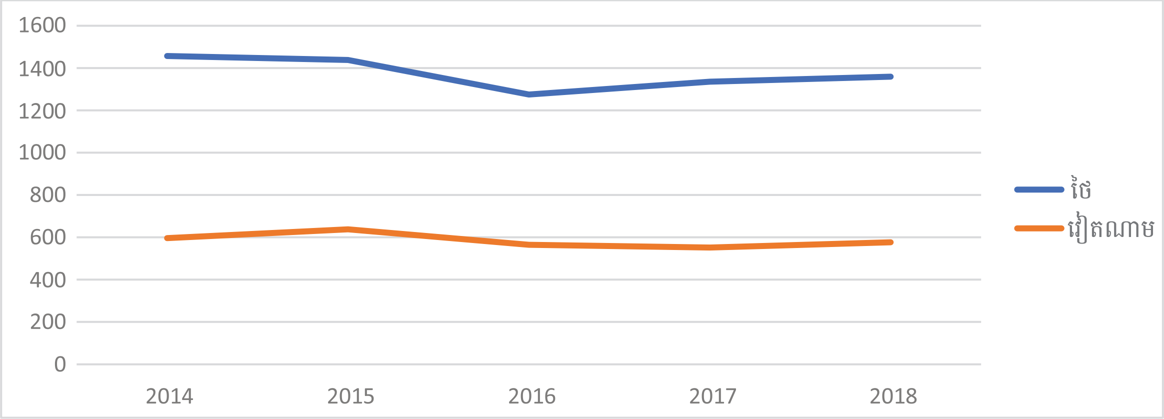
រូបភាពទី ៣២ ៖ ការនាំចូលផ្លែមៀនវៀតណាម គិតតាមខេត្ត [3]



ឆ្នាំ៖ ២០១៨ (បរិមាណ)

យោងតាមស្ថិតិគយរបស់ប្រទេសចិន ផ្លែមៀនរបស់ថៃបាននាំចូលតាមរយៈខេត្ត និងតំបន់ចំនួន ១៣ របស់ប្រទេសចិន ទោះបីជាបរិមាណជិតពាក់កណ្ដាលចូលតាមខេត្តខ្វាងទុងក៏ដោយ។ ផ្លែមៀនរបស់វៀតណាមបាននាំចូលតាមរយៈខេត្ត និងតំបន់ចំនួន៦ ដោយ ៩៧ % នៃការនាំចូលទាំងនោះចូលតាមរយៈព្រំដែនពាណិជ្ជកម្មជាមួយខេត្តគ័ងស៊ី។ រយៈពេល ៥ឆ្នាំកន្លងមកនេះ តម្លៃ គឺនៅថេរ ប៉ុន្តែផ្លែមៀនថៃទទួលបានតម្លៃទ្វេដងនៃតម្លៃនាំចូលផ្លែមៀនរបស់វៀតណាម។

រូបភាពទី៣៣ ៖ តម្លៃនាំចូលផ្លៃមៀនជាមធ្យម[10] (ដុល្លារអាមេរិក/តោន)



៦.៤ ការប្រើប្រាស់

យោងតាមអ្នកជំនាញឧស្សាហកម្ម ផ្លែមៀនស្រស់ត្រូវបានបរិភោគច្រើនជាងគេ ដែលក្នុងនោះតិចជាង ៣០% ត្រូវបានប្រើប្រាស់សម្រាប់កែច្នៃបន្ថែមទៀត[8]។ ការបរិភោគផ្លែមៀនត្រូវបានរាយការណ៍ថាមានចំនួនយ៉ាងច្រើននៅក្នុងតំបន់ភាគខាងត្បូងនៃប្រទេសចិន ដែលអ្នកបរិភោគមានការយល់ដឹងច្រើនអំពីគុណភាព និងភាពស្រស់របស់ផ្លែឈើដូចជា ពណ៌ រូបរាង រសជាតិ និងភាពទុំ។

ផ្លែមៀននៅផ្សារផ្លែឈើលក់ដុំនៅណាននីង។ អ្នកជំនាញឧស្សាហកម្មរាយការណ៍ថា វិធានកូតគាមអនាម័យតម្រូវឱ្យយកដើម និងស្លឹកចេញទាំងអស់ ហើយផ្លែមៀនមិនគួរត្រូវបានភ្ជាប់មកដោយដើម ឬមែកណាមួយឡើយ—តម្រូវឱ្យអ្នកនាំចេញរបស់ថៃអនុវត្តតាមយ៉ាងតឹងរ៉ឹងជាងអ្នកនាំចេញទាំងនោះមកពីវៀតណាម។

ផ្លែមៀនសម្រាប់លក់ក្នុង Walmart នៅខេត្តណាននីង គឺមានការបរិយាយថាបាននាំចូលដោយមិនមានដាក់ឈ្មោះប្រទេសដើម។

[10] ការគណនាដោយផ្អែកលើទិន្នន័យសរុប

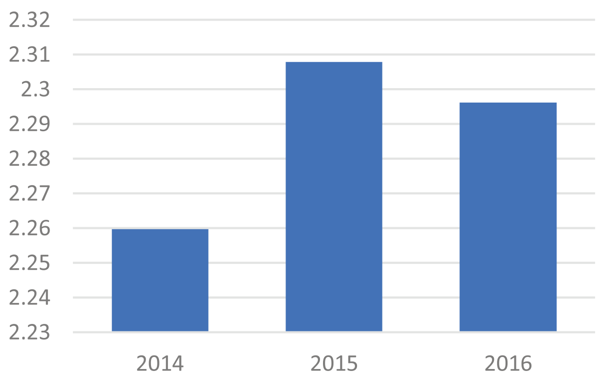
៧. ផ្លែគូលែន

៧.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ

ផលិតកម្ម	២,៣ លានតោន (២០១៦)
រដូវកាលក្នុងស្រុក	ពាក់កណ្តាលខែឧសភា ដល់ពាក់កណ្តាលខែសីហា
ការនាំចូល	៣២ ៥០០ តោន; ១៧,៣ លានដុល្លារអាមេរិក (២០១៨)
អ្នកផ្គត់ផ្គង់	វៀតណាម ថៃ

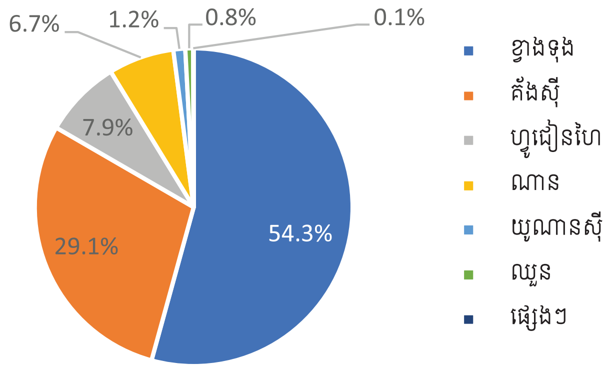
៧.២ ផលិតកម្ម

រូបភាពទី ៣៤ ៖ ទំហំផលិតកម្មផ្លែគូលែន [8]



ឯកតា៖ លានតោន

រូបភាពទី ៣៥ ៖ ផលិតកម្មផ្លែគូលែនគិតតាមខេត្ត [8][9]



ឆ្នាំ៖ ២០១៦ (បរិមាណ)

ប្រទេសចិនមានប្រវត្តិសាស្រ្តដ៏យូរអង្វែងក្នុងការផលិតគូលែន ហើយប្រទេសចិននៅតែជាប្រទេសអ្នកផលិតគូលែនដ៏ធំមួយ។ នៅចន្លោះឆ្នាំ២០១៤ និងឆ្នាំ២០១៦ ការផលិតផ្លែគូលែនរបស់ប្រទេសចិននៅតែថេរប្រហែល ២,៣ លានតោនដាំលើផ្ទៃដីប្រមាណ ៥៤០ ០០០ហិកតា។ ខេត្តគ័ងតុង មានទំហំក្នុងការផលិតផ្លែគូលែនប្រមាណជាងពាក់កណ្តាលនៃផលិតកម្មរបស់ប្រទេសចិន ដែលមានទិន្នផលចាប់ពី ១,៦ ទៅ ១៣,៦ តោនក្នុងមួយហិកតាទូទាំងតំបន់ដាំដុះផ្លែគូលែនរបស់ខេត្តកាលឆ្នាំ២០១៧។ កាលពីឆ្នាំ២០១៦ ទិន្នផលផ្លែគូលែនជាមធ្យមរបស់ប្រទេសចិនទាំងមូលគឺ ៤,២ តោនក្នុងមួយហិកតា។ ដើមគូលែនអាចដាំបាននៅក្នុងរដូវផ្ការីក រដូវក្តៅ និងរដូវស្លឹកឈើជ្រុះ។ ដើមគូលែនថ្មីត្រូវការពេលចាប់ពី ២ ទៅ ៣ឆ្នាំក្នុងការចេញផ្លែ ហើយត្រូវការពេលចាប់ពី ៥ ទៅ ៦ឆ្នាំ ទើបមានផ្លែពេញលេញ។ ផ្លែគូលែនក្នុងស្រុកមានការប្រមូលផល និងអាចរកបាននៅទីផ្សារប្រទេសចិនចាប់ពីពាក់កណ្តាលខែឧសភាដល់ពាក់កណ្តាល ខែសីហា ទោះបីជាខែមិថុនា ដល់ ខែសីហា គឺជារដូវដែលចេញផ្លែច្រើនក៏ដោយ។

៧.៣ ការនាំចូល

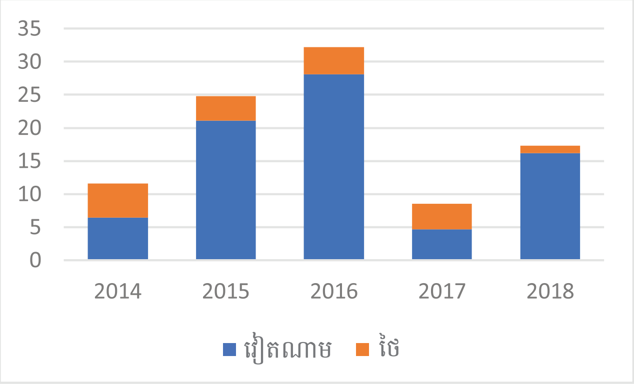
លេខកូដនាំចូល (HS Code: 08109010)៖ សម្រាប់ផ្លែគូលែនស្រស់

កាលពីឆ្នាំ២០១៨ ប្រទេសចិនបាននាំចូលផ្លែគូលែនចំនួន ៣២ ៥០០តោន ដែលមានតម្លៃស្មើនឹង ១៧,៣ លានដុល្លារអាមេរិក។ ផ្លែគូលែនទាំងនោះបានមកពីប្រទេសវៀតណាម ដែលមានប្រមាណ ៩៧% នៃការនាំចូលតាមទំហំ និង

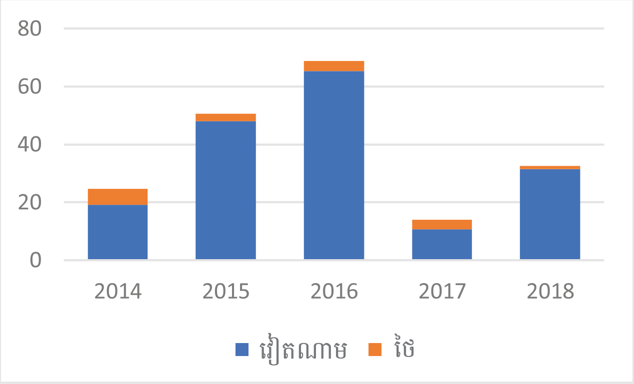
[9] ២០១៦ ឆ្នាំចុងក្រោយបង្អស់ដោយមានទិន្នន័យពេញលេញ

៩៣% តាមតម្លៃ ហើយការនាំចូលផ្សេងទៀត គឺមកពីប្រទេសថៃ។ ទោះការនាំចូលមកពីប្រទេសថៃមានទាបជាងប្រទេសវៀតណាមឆ្ងាយកាលពី ៥ឆ្នាំកន្លងទៅក៏ដោយ ក៏ប្រទេសទាំងពីរបានសម្រេចនូវតម្លៃនៃការនាំចូលប្រហាក់ប្រហែលគ្នា កាលពីឆ្នាំ២០១៤ និងឆ្នាំ២០១៧ ដែលក្នុងនោះផ្លែគូលែនថៃទទួលបានតម្លៃនាំចូលលើសពីរដងនៃតម្លៃនាំចូលរបស់ប្រទេសវៀតណាម។ កាលពីឆ្នាំ២០១៨ ការនាំចូលផ្លែគូលែនលើសពី ៩៣% បានចូលមកប្រទេសចិនតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មព្រំដែនរវាងប្រទេសវៀតណាម និងខេត្តគ័ងស៊ី ដែលទំហំនៃការនាំចូលជាក់ស្តែងទំនងជាមានទំហំធំជាងទិន្នន័យរបស់គយ ដោយសារតែពាណិជ្ជកម្មរបស់ប្រជាជនតាមព្រំដែនមិនត្រូវបានគណនាបញ្ចូលទៅក្នុងរបាយការណ៍គយចិនទេ។ នៅសេសសល់ ៧% ត្រូវបាននាំចូលទៅក្នុងខេត្តយូណាន ហៃណាន និងខ្វាងទុង។ ផ្លែគូលែនរបស់វៀតណាមជាទូទៅត្រូវបានគេរាយការណ៍ថាមានគុណភាពទាបជាងផ្លែគូលែន ដែលបានផលិតក្នុងស្រុក។

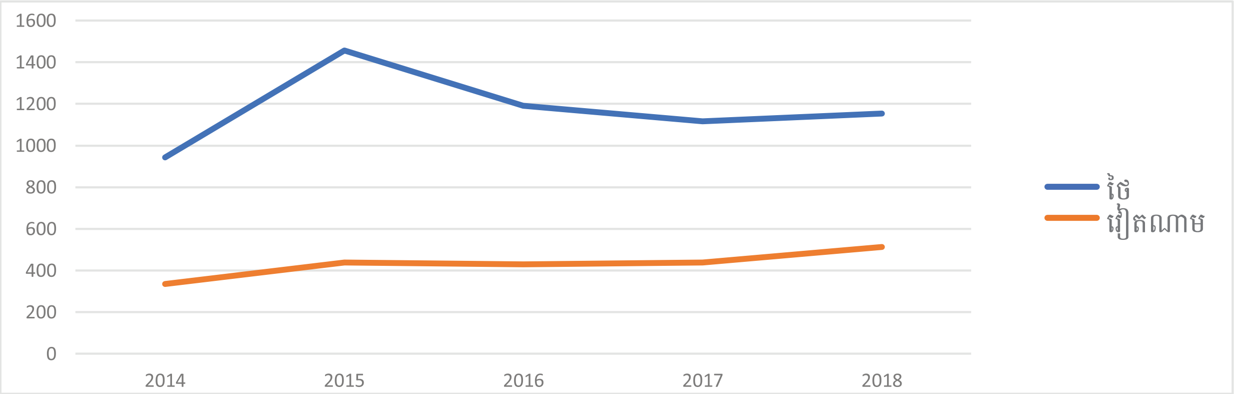
រូបភាពទី៣៦ ៖ តម្លៃនាំចូលផ្លែគូលែនតាមប្រទេស [5]



រូបភាពទី៣៧ ៖ ទំហំនាំចូលផ្លែគូលែនតាមប្រទេស [5]



រូបភាពទី៣៨ ៖ តម្លៃនាំចូលផ្លែគូលែនជាមធ្យម [3] [10] (ដុល្លារអាមេរិក/តោន)



៧.៤ ការប្រើប្រាស់

យោងតាមអ្នកជំនាញខាងឧស្សាហកម្ម ផ្លែគូលែនស្រស់ប្រមាណជា ៨០% ត្រូវបានបរិភោគ ចំណែកឯ ២០% ទៀតគឺ ប្រើប្រាស់ជាវត្ថុធាតុដើមសម្រាប់កែច្នៃបន្ថែមផ្សេងទៀត[8] ។ ដោយហេតុថាផ្លែឈើស្រស់មានតម្លៃខ្ពស់ ហើយការលើកដាក់ និងការដឹកជញ្ជូនមានតម្លៃខ្ពស់ផងដែរនោះ ផ្លែគូលែនច្រើនជាងពាក់កណ្តាលនៅក្នុងប្រទេសចិនត្រូវបានបរិភោគ នៅក្បែរតំបន់ផលិតសំខាន់ៗក្នុងភាគខាងត្បូង ចំណែកផ្លែគូលែនផ្សេងទៀតត្រូវបានចែកចាយទៅកាន់តំបន់ទីប្រជុំជនជាច្រើនទូទាំងប្រទេស។

[10] ការគណនាដោយផ្អែកលើទិន្នន័យសរុប

៨. ផ្លែស្រកានាគ

៨.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ

ផលិតកម្ម	៧០០ ០០០ តោន (២០១៨)
រដូវដាំដុះក្នុងស្រុក	ខែឧសភា ដល់ ខែវិច្ឆិកា
ការនាំចូល	៥១១ ០០០ តោន; ៣៩៧ លានដុល្លារអាមេរិក (២០១៨)
អ្នកផ្គត់ផ្គង់	វៀតណាម ការនាំចូលមិនផ្លូវការ៖ ឡាវ និងកម្ពុជា

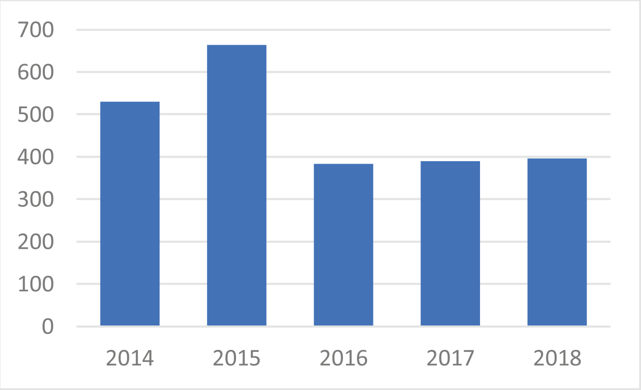
៨.២ ផលិតកម្ម

កាលពីឆ្នាំ២០១៨ មានការប៉ាន់ស្មានថាប្រទេសចិនបានផលិតផ្លែស្រកានាគប្រហែល ៧០០ ០០០តោន ដោយប្រើផ្ទៃដីដាំដុះប្រហែល ៤០ ០០០ហិកតា [14] [15] [16] ។ ក្នុងចំណោមខេត្ត និងតំបន់ដែលដាំដុះផ្លែស្រកានាគ ខេត្តក័ងស៊ី មានតំបន់ដាំដុះធំជាងគេបំផុត ប្រហែល ១៣ ០០០ហិកតា បន្ទាប់មកខេត្តខ្វាងទុង មានចំនួន ១០ ០០០ហិកតា និងខេត្តហៃណាន និងឈីចូវ ដែលមានប្រហែល ៦ ៦០០ហិកតា។ ផលិតកម្មផ្លែស្រកានាគក្នុងស្រុកមានការកើនឡើងយ៉ាងរហ័សក្នុងទសវត្សរ៍កន្លងមកនេះ ខណៈដែលមានការពង្រីកបន្ថែមទៀតនៅឆ្នាំ២០២០ ដែលរំពឹងថានឹងបន្ត និងបន្ថយសម្ពាធលើតម្លៃទីផ្សារ (តម្លៃធ្លាក់ចុះ)។ ភាគច្រើននៃផ្លែស្រកានាគក្នុងស្រុកមានលក់ចាប់ពីខែឧសភា ដល់ ខែធ្នូ ដែលផលិតកម្មកើនឡើងខ្ពស់បំផុតនៅខែកក្កដា ហើយភាគច្រើនជាប្រភេទផ្លែស្រកានាគសាច់ពណ៌ក្រហម ដែលជាទូទៅសម្បកក្រៅមិនមានរូបរាងល្អជាងផ្លែស្រកានាគដែលបាននាំចូលទេ។

៨.៣ ការនាំចូល

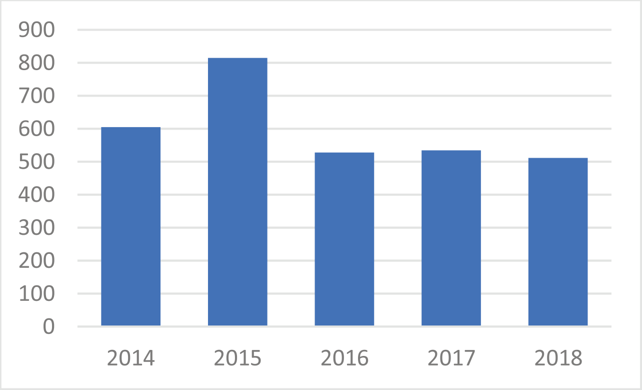
លេខកូដនាំចូល (HS Code: 08109080)៖ សម្រាប់ផ្លែស្រកានាគស្រស់

រូបភាពទី៣៩ ៖ តម្លៃនាំចូលផ្លែស្រកានាគ [5]



ឯកតា៖ លានដុល្លារអាមេរិក

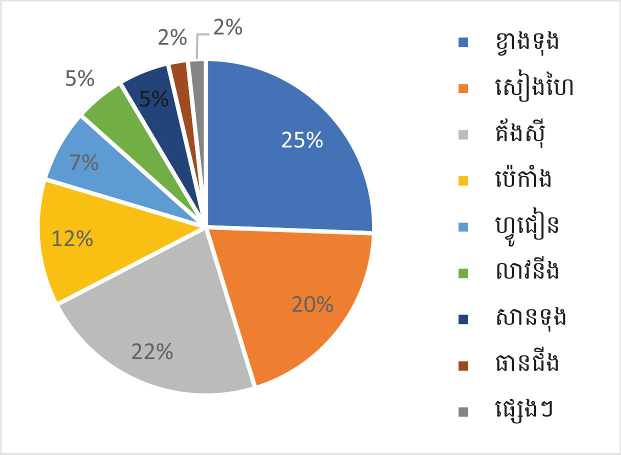
រូបភាពទី៤០ ៖ បរិមាណនាំចូលផ្លែស្រកានាគ [5]



ឯកតា៖ ពាន់តោន

តួលេខផ្លូវការបង្ហាញថា ការនាំចូលផ្លែស្រកានាគរបស់ចិនគឺនៅតែមិនប្រែប្រួលក្នុងរយៈពេល ៣ឆ្នាំចុងក្រោយនេះទេ ដែលមានបរិមាណច្រើនជាង ៥០០ ០០០តោន មានតម្លៃជិត ៤០០ លានដុល្លារអាមេរិក។ រយៈពេល ៥ឆ្នាំកន្លងមកនេះ ការនាំចូលផ្លែស្រកានាគជាង ៩៩,៩% គឺនាំចូលមកពីប្រទេសវៀតណាម។ កាលពីឆ្នាំ២០១៨ ការនាំចូលពីចិនតៃវ៉ាន់មានតម្លៃ ២២០ ០០០ ដុល្លារអាមេរិក ខណៈឆ្នាំ ២០១៤ និងឆ្នាំ២០១៥ ប្រទេសហ្វីលីពីន ម៉ាឡេស៊ី និងថៃក៏បាននាំចូលក្នុងបរិមាណតិចតួចផងដែរ។

រូបភាពទី ៤១៖ ការនាំចូលផ្លែស្រកានាគគិត តាមខេត្ត



ផ្លែស្រកានាគរបស់ប្រទេសវៀតណាមបាននាំចូលទៅក្នុងខេត្ត និងតំបន់ចំនួន១៤។ ផ្លែស្រកានាគដែលមកដល់ក្នុងខេត្តខ្វាងទុង សៀងហៃ និងប៉េកាំង មានតម្លៃជាមធ្យមស្មើនឹង ៨១៧ ដុល្លារអាមេរិក ៨៩០ ដុល្លារអាមេរិក និង ៨៦៨ ដុល្លារអាមេរិកក្នុងមួយតោន[11] ដែលមានតម្លៃខ្ពស់ជាងខ្លាំង បើប្រៀបនឹងផ្លែស្រកានាគដែលទទួលបានតាមតំបន់ច្រកសំខាន់ៗផ្សេងទៀត។ ផ្លែស្រកានាគរបស់វៀតណាមសរុបជិត ២០% បានចូលទៅប្រទេសចិនតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែនជាមួយនឹងខេត្តគ័ងស៊ី ដែលមានតម្លៃជាមធ្យម ៦៣០ដុល្លារអាមេរិកក្នុងមួយតោន – ដែលជាតម្លៃដែលទាបបំផុតក្នុងចំណោមការនាំចូលតាមខេត្ត និងតំបន់ទាំងអស់។ ប៉ុន្តែទំហំនាំចូលជាក់ស្តែងអាចខ្ពស់ជាងអ្វីដែលបានរាយការណ៍ក្នុងតួលេខផ្លូវការដោយការជួញដូររបស់ប្រជាជនរស់នៅតាមព្រំដែនមិនមាននៅក្នុងស្ថិតិគយប្រទេសចិនឡើយ។

៨.៤ ការប្រើប្រាស់

ភាគច្រើន ផ្លែស្រកានាគត្រូវបានបរិភោគស្រស់ៗនៅតំបន់ភាគខាងត្បូងប្រទេសចិនក៏ដូចជាទីក្រុងលំដាប់ទី១ និងទី២ផងដែរ។ យោងតាមអ្នកជំនាញផ្នែកឧស្សាហកម្ម អ្នកបានផ្លាស់ប្តូរចំណូលចិត្តកាលពីប៉ុន្មានឆ្នាំនេះ ដោយប្តូរពីផ្លែស្រកានាគប្រភេទសាច់ពណ៌សទៅជាសាច់ពណ៌ក្រហម។ ប្រៀបនឹងផ្លែស្រកានាគក្នុងស្រុក ជាទូទៅផ្លែស្រកានាគរបស់វៀតណាមមានរូបរាងក្រៅល្អជាង និងអាចនៅស្រស់បានយូរជាង។

ឡានដឹកទំនិញវៀតណាមដែលផ្ទុកកុងតេន័រផ្លែស្រកានាគ ត្រូវបានរើទំនិញនៅព្រំដែនពីងស៊ែង ខេត្តគ័ងស៊ី ហើយដាក់ចូលឡានដឹកទំនិញតូចៗសម្រាប់ឆ្លងកាត់តាមព្រំដែន ក្រោមរបបអាជីវកម្មរបស់ប្រជាជននៅតាមព្រំដែន។

ប្រអប់ឡាំងផ្លែស្រកានាគត្រូវបានដាក់ចូលវិញ ហើយវេចខ្ចប់ពីក្រោមឡើងដល់លើនៅក្នុងឡានដឹកទំនិញចិនសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុក។

[11] ការគណនាដោយផ្អែកលើទិន្នន័យសរុប

៩. ផ្លែទុរេន

៩.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ

ផលិតកម្ម	ស្ថិតក្នុងការពិសោធន៍; គ្មានការផលិតបែបអាជីវកម្ម
វដ្ដរកាលក្នុងស្រុក	មិនមាន
ការនាំចូល	៤៣២ ០០០ តោន; ១,១ ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក (២០១៨)
អ្នកផ្គត់ផ្គង់	ថៃ ការនាំចូលមិនផ្លូវការ៖ វៀតណាម

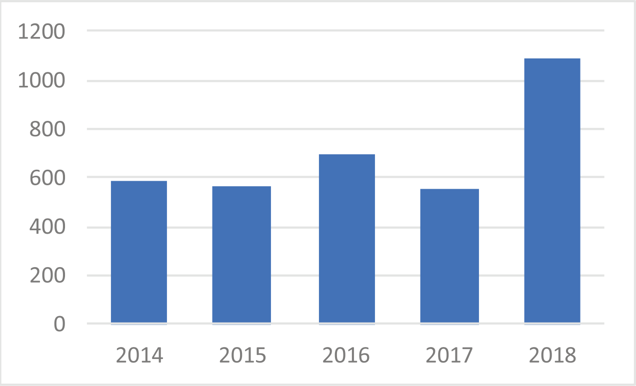
៩.២ ផលិតកម្ម

បច្ចុប្បន្នប្រទេសចិនពុំទាន់មានផលិតកម្មផ្លែទុរេនលក្ខណៈអាជីវកម្មណាមួយនៅឡើយ ដោយសារផ្លែឈើមានការពេញនិយម និងតម្លៃខ្ពស់កសិករនៅខេត្តហៃណានភាគខាងត្បូងប្រទេសចិនបានធ្វើការពិសោធន៍ និងទទួលបានជោគជ័យដំបូងមួយចំនួនលើការដាំដុះសាកល្បង។ វិទ្យាស្ថានវិទ្យាសាស្ត្រកសិកម្មហៃណាន បានបង្កើតតំបន់សាកល្បងដំណាំទុរេន ខណៈដែលមានសេចក្តីរាយការណ៍ថា មន្ត្រីកសិកម្មក្នុងមូលដ្ឋានកំពុងជំរុញកសិករឱ្យរង់ចាំរហូតដល់ការស្រាវជ្រាវបន្ថែមរួចរាល់ មុនពេលដាំដើមទុរេនបែបអាជីវកម្ម [17] ដោយសារដើមទុរេនត្រូវការរយៈពេល ៤ ទៅ ៥ឆ្នាំដើម្បីបានផ្លែ និងរយៈពេលយូរទៀត ដើម្បីឈានទៅដល់កម្រិតអាជីវកម្មផលិតផ្លែឈើ ហើយមិនមានការរំពឹងថាទុរេននៅប្រទេសចិននឹងដើរតួសំខាន់នៅក្នុងទីផ្សារក្នុងស្រុកសម្រាប់រយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំខាងមុខនេះទេ។

៩.៣ ការនាំចូល

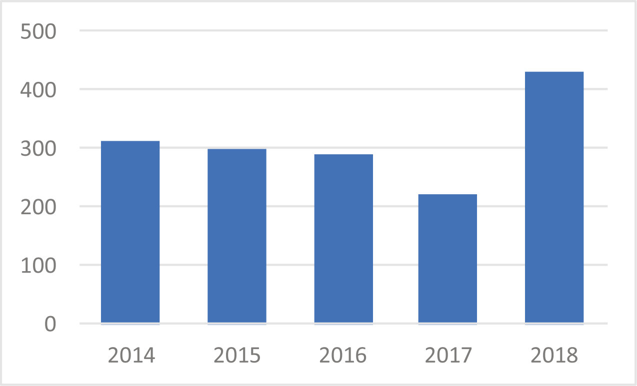
លេខកូដនាំចូល (HS Code: 08106000)៖ សម្រាប់ផ្លែទុរេនស្រស់

រូបភាពទី៤២៖ តម្លៃនាំចូលផ្លែទុរេន [5]



ឯកតា៖ លានដុល្លារអាមេរិក

រូបភាពទី៤៣៖ បរិមាណនាំចូលផ្លែទុរេន [5]



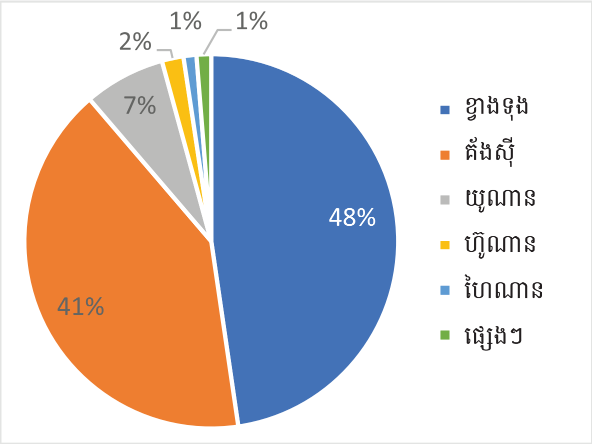
ឯកតា៖ ពាន់តោន

យោងតាមស្ថិតិផ្លូវការ ការនាំចូលផ្លែទុរេន ១០០% របស់ប្រទេសចិន គឺមកពីប្រទេសថៃ ទំហំនាំចូលនិងតម្លៃកើនឡើងជិតទ្វេដងកាលឆ្នាំ២០១៨ បើប្រៀបធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៧ ។ កាលពីឆ្នាំ២០១៨ ការនាំចូលផ្លែទុរេនថៃបានកើនដល់ ៤៣២ ០០០តោន នឹងមានតម្លៃជិត ១,១ ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក។ ហេតុផលនេះធ្វើឱ្យផ្លែទុរេនក្លាយជាផ្លែឈើដែលមានទំហំតម្លៃនៃការនាំចូលធំលំដាប់ទី២ បន្ទាប់ពីផ្លែឈើរីនៅប្រទេសចិន។ ក្នុងចំណោមអ្នកជំនាញឧស្សាហកម្មផ្លែទុរេន វៀតណាមត្រូវបានគេស្គាល់ថាបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់នៅលើទីផ្សារក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ។

ផ្លែទុរេនរបស់ប្រទេសវៀតណាមកាលពីមុនមានចន្លោះរដូវត្រជាក់ នៅពេលដែលការនាំចូលផ្លែធូរេនថៃទាបដោយមានការប្រកួតប្រជែងថែមទៀតលើទីផ្សារ ការប្រកួតប្រជែងទាំងនោះបានក៏បន្ថយតម្លៃផ្លែទុរេនរបស់ប្រទេសថៃផងដែរ ប៉ុន្តែកាលឆ្នាំ២០១៩ ប្រទេសចិនបានបង្ក្រាបកាន់តែខ្លាំងទៅលើការនាំចូលផ្លែទុរេនវៀតណាមខុសច្បាប់ ខណៈដែលប្រទេសទាំងពីរចូលរួមក្នុងការចរចាអំពីការចូលទីផ្សារផ្លូវការ។ អំឡុងពេលនៃការស្រាវជ្រាវនេះ ផ្លែទុរេនវៀតណាម គឺមិនមានលក់នៅក្នុងទីផ្សារលក់ផ្លែឈើលក់ដុំធំៗនៅប្រទេសចិនទេ ប៉ុន្តែនៅតែអាចឃើញមានទីផ្សារលក់ដុំមួយចំនួននៅជិតព្រំដែន។

កាលពីឆ្នាំ២០១៨ មានខេត្ត និងតំបន់ចំនួន១៥ បាននាំចូលផ្លែទុរេនថៃ ទោះបីជា ៩៦% នៃផ្លែទុរេនត្រូវបាននាំចូលដោយត្រឹមតែខេត្ត និងតំបន់ចំនួន៣ ប៉ុណ្ណោះគឺ៖ ខ្វាងទុង គ័ងស៊ី និងយូណាន។ ទោះទុរេនវៀតណាមមិនមានក្នុងស្ថិតិផ្លូវការក៏ដោយ ក៏មានការដឹងថាទុរេនវៀតណាមចូលតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មព្រំដែនយ៉ាងច្រើនជាមួយនឹងខេត្តគ័ងស៊ីដែរ។ តម្លៃដែលនាំចូលជាមធ្យមសម្រាប់ផ្លែទុរេនថៃបានកើនឡើងត្រឹម ៣៥% កាលពី ៥ឆ្នាំកន្លងមកនេះចាប់ពី ១ ៨៧៨ ដុល្លារអាមេរិក ក្នុងមួយតោនកាលពីឆ្នាំ២០១៤ ដល់ ២ ៥៣៥ ដុល្លារអាមេរិកក្នុងមួយតោនក្នុងឆ្នាំ២០១៨ ។

រូបភាពទី៤៤៖ ទំហំនាំចូលផ្លែទុរេនគិតតាមខេត្ត [3]



ឆ្នាំ៖ ២០១៨ (បរិមាណនាំចូល)

កាលឆ្នាំ២០១៩ ផ្លែទុរេនក្លាស្សេទាំងមូលមកពីប្រទេសម៉ាឡេស៊ីទទួលបានទីផ្សារប្រទេសចិន។ កាលពីមុនមានតែសាច់ផ្លែទុរេនដែលបង្កកប៉ុណ្ណោះ ត្រូវបានអនុញ្ញាតសម្រាប់ការនាំចូល និងត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាគ្រឿងផ្សំយ៉ាង ទូលំទូលាយនៅក្នុងផលិតផលស្បៀងរសជាតិផ្លែទុរេន។ ប៉ុន្តែផ្លែទុរេនដែលបង្កកទាំងអស់ត្រូវបានរាយការណ៍ថាជាផ្លែទុរេនដែលមានគុណភាពខ្ពស់ និងទំនុល្អ ហើយអាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយផ្ទាល់ពេលផុតរដូវប្រមូលផល នៅពេលមិនមានផ្លែទុរេនស្រស់មកពីប្រទេសថៃ [18] [19] ។

៩.៤ ការប្រើប្រាស់

ដោយផ្លែទុរេនជាផ្លែឈើទី២ បន្ទាប់ពីផ្លែឈើរីដែលប្រទេសចិននាំចូលច្រើនជាងគេបំផុតបើគិតតាមតម្លៃ និងដោយសារពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកកំពុងកើនប្រជាប្រិយភាព ផ្លែទុរេនបានក្លាយជាផ្លែឈើជាទីពេញចិត្តមួយក្នុងចំណោមផ្លែឈើនាំចូលរបស់ប្រទេសចិន។ នៅរដូវផ្ការីកកាលពីឆ្នាំ២០១៨ ការកើនឡើងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ក្រុមហ៊ុន Alibaba Group បានចុះហត្ថលេខាលើកិច្ចព្រមព្រៀងជាមួយរដ្ឋាភិបាលប្រទេសថៃ ដើម្បីទិញផ្លែទុរេនថៃរយៈពេល៣ឆ្នាំ ដែលមានតម្លៃ ៤៧៣,៦ លានដុល្លារអាមេរិក។ ដើម្បីអបអរកិច្ចព្រមព្រៀងនេះ មានការផ្សព្វផ្សាយមួយស្តីពីវេទិកា Tmall របស់ Alibaba ឃើញថាផ្លែទុរេនថៃ ៨០ ០០០ ផ្លែបានលក់ដាច់ត្រឹមរយៈពេលមួយនាទី [20] ។ មិនយូរប៉ុន្មានបន្ទាប់ពីនោះមានកម្មវិធីពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ដែលនាំមុខគេរបស់ប្រទេសចិនផ្សេងទៀតគឺ JD.com បានចុះហត្ថលេខាបញ្ជាទិញផ្លែទុរេនថៃចំនួន ៦លានផ្លែ ខណៈពេលដែលក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកមួយផ្សេងទៀតមានឈ្មោះថាក្រុមហ៊ុន Suning បានលក់ផ្លែទុរេនថៃចំនួន ២០០ តោនត្រឹមតែពីរថ្ងៃប៉ុណ្ណោះ [21] ។ កាលឆ្នាំ២០១៩ ផ្លែទុរេននៅតែជាផ្លែឈើដែលពេញនិយម និងជាគោលដៅនៃការផ្សព្វផ្សាយរបស់អតិថិជនជាច្រើនទាំងក្នុងការលក់រាយតាមអ៊ិនធឺណិត និងក្រៅអ៊ិនធឺណិត។

១០. ផ្លែខ្នុរ

១០.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ

ផលិតកម្ម	**ជាង ១០ ០០០ ហិកតា (ការប៉ាន់ស្មាន) (ឆ្នាំ២០១៨)**
រដូវដាំដុះក្នុងស្រុក	ខែមិថុនា ដល់ ខែតុលា
ការនាំចូល	មិនមានតួលេខផ្លូវការ មិនមានកូដ HS
អ្នកផ្គត់ផ្គង់	ថៃ និងវៀតណាម

១០.២ ផលិតកម្ម

ទោះបីជាមិនមានតួលេខនៃផលិតកម្មកម្រិតថ្នាក់ជាតិជាផ្លូវការក៏ដោយមានការប៉ាន់ស្មានថា តំបន់ផលិតផ្លែខ្នុរសរុបរបស់ចិនមានយ៉ាងតិច ១០ ០០០ហិកតា។ នៅខេត្តហៃណាន មានតំបន់ដាំដុះយ៉ាងហោចណាស់ ៦ ០០០ហិកតា ខណៈដែលតំបន់ដាំដុះតូចៗទូទៅផ្សេងទៀត ត្រូវបានបែកខ្ញែកពាសពេញខេត្តខាងទុង គ័ងស៊ី យូណាន ស៊ីឈួន និង ហ្វូជៀន។ ផលិតកម្មក្នុងស្រុកភាគច្រើន គឺផ្លែខ្នុរប្រភេទសាច់ពណ៌លឿង [22] [23] ហើយមានលក់នៅក្នុងទីផ្សារក្នុងស្រុកចាប់ពីខែមិថុនា ដល់ ខែតុលា។

១០.៣ ការនាំចូល

ដោយឆ្លើយតបនឹងការកើនឡើងនូវប្រជាប្រិយភាពរបស់ផ្លែខ្នុរ ទោះគយប្រទេសចិនមិនបានរាយការណ៍តួលេខផ្លូវការសម្រាប់ការនាំចូលផ្លែខ្នុរក៏ដោយ ក៏អ្នកជំនាញផ្នែកឧស្សាហកម្មបាននិយាយដែរថា ការនាំចេញមានការកើនឡើងយ៉ាងខ្លាំងក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំនេះ។ ផ្សារផ្លែឈើបោះដុំជៀស៊ីង ហៃគ័ងស៊ីងនៅខេត្តជេជៀងក្បែរទីក្រុងសៀងហៃបានរាយការណ៍ថា ទំហំនាំចូលផ្លែខ្នុរកាលពីឆ្នាំ២០១៦ មានត្រឹមតែ ២ ៣៤៩ តោនប៉ុណ្ណោះ។ ប៉ុន្តែកាលពីឆ្នាំ២០១៧ តួលេខបានកើនឡើងជាង ១០ ដងដែលកើនជិត ៣០ ០០០ តោន ហើយបានកើនឡើងជិត ៤០ ០០០ តោន កាលពីឆ្នាំ២០១៨។ ចាប់ពីខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០១៨ ដល់ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០១៩ ផ្សារផ្លែឈើបានរាយការណ៍ថាបានជួញដូរផ្លែខ្នុរចំនួន ៥៥ ០០០តោន ដោយសារតែការនាំចូលមានកើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័ស ផ្សារបានបង្កើតតំបន់ពាណិជ្ជកម្មផ្លែខ្នុរឯកទេសមួយ ដែលជាតំបន់ពាណិជ្ជកម្មផ្លែខ្នុរធំបំផុតនៅប្រទេសចិន [24] ។ អំឡុងពេលមកទស្សនកិច្ចនៅផ្សារផ្លែឈើ មានការរាយការណ៍ថា ប្រហែលមួយក្នុងចំណោម ៤០ កុងតេន័រផ្លែខ្នុរ គឺជាខ្នុរដែលដាំនៅក្នុងស្រុក ខណៈដែលផ្លែខ្នុរដែលមកពីប្រទេសវៀតណាម និងប្រទេសថៃមានសាច់ច្រើន និងគុណភាពល្អជាងឆ្ងាយ។

ផ្លែខ្នុរភាគច្រើនដែលបាននាំចូលពីប្រទេសថៃ និងវៀតណាម ចូលមកប្រទេសចិនតាមអាជីវកម្មព្រំដែនផ្លូវគោកនៅព្រំដែនខេត្តគ័ងស៊ី និងវៀតណាម។ យោងតាមទិន្នន័យពីអគ្គកុងស៊ុលប្រទេសថៃប្រចាំនៅទីក្រុងសៀងហៃ ផ្លែខ្នុររបស់ថៃមានលក់ពេញមួយឆ្នាំ ប៉ុន្តែការផលិតខ្ពស់បំផុត គឺនៅខែមេសា និងឧសភា។ កាលពីឆ្នាំ២០១៨ ថៃបាននាំចេញផ្លែខ្នុរទៅចិន ជិត ៤០ ០០០ តោន ដែលមានតម្លៃប្រហែល ១៥ លានដុល្លារអាមេរិក ស្មើនឹងការនាំចេញ ៤៧ % នៃការនាំចេញផ្លែខ្នុរ គិតតាមបរិមាណ និង ៥៦ % គិតតាមតម្លៃ។ ទោះយ៉ាងណា អ្នកជំនាញខាងឧស្សាហកម្មនិយាយថា ផ្លែខ្នុរវៀតណាមមានប្រជាប្រិយភាពជាង ហើយមានទំហំនាំចូលសរុបខ្ពស់ជាងផ្លែខ្នុរដែលមកពីថៃ។ ផ្លែខ្នុរវៀតណាមដែលនាំចូលភាគច្រើន គឺជាប្រភេទផ្លែខ្នុរសាច់ពណ៌ក្រហមដែលចាត់ទុកថាមានរសជាតិឆ្ងាញ់ជាងប្រភេទផ្លែខ្នុរសាច់ពណ៌លឿងដែលមកពីថៃ។

១០.៤ ការប្រើប្រាស់

ថ្មីៗនេះមានការកើនឡើងប្រជាប្រិយលើផ្លែខ្នុរនៅប្រទេសចិន ផ្លែខ្នុរភាគច្រើនត្រូវបានបរិភោគស្រស់ៗ ក្រុមហ៊ុនចិនមួយចំនួនតូចមានសមត្ថភាពកែច្នៃផ្លែខ្នុរនៅកម្រិតមួយ ដែលនាំឱ្យផ្លែខ្នុរមានលក្ខណៈប្លែកពីគេ។

កម្មករកំពុងរើទំនិញផ្លែខ្នុរនៅផ្សារផ្លែឈើបោះដុំនៅផ្សារជៀស៊ីង ហៃគ័នស៊ីង។ ផ្សារជៀស៊ីងបានក្លាយជាមណ្ឌលចែកចាយផ្លែខ្នុរឈានមុខ ដោយថ្លៃពលកម្មនៅតំបន់នេះមានកម្រៃទាប ដែលអាចឱ្យឈ្នួញបកសម្បក និងវេចខ្ចប់ផ្លែខ្នុរយ៉ាងល្អសម្រាប់លក់ឲ្យអ្នកលក់រាយ។

រោងបកសម្បក និងខ្ចប់ខ្នុរនៅផ្សារជៀងស៊ីង។ ក្រៅពីរោងនេះ អ្នកលក់រាយមួយចំនួនចូលចិត្តបកសម្បក និងខ្ចប់ផ្លែឈើនៅនឹងកន្លែង ដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជន និងបង្ហាញពីភាពស្រស់របស់ផ្លែខ្នុរ។

១១. ការដឹកជញ្ជូន

១១.១ ទិដ្ឋភាពទូទៅ

តាំងពីបង្កើតតំបន់ពាណិជ្ជកម្មសេរីអាស៊ាន-ចិន (ACFTA) កាលឆ្នាំ២០០២ មក ពាណិជ្ជកម្មរវាងប្រទេសចិន និងប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានបានកើនឡើងឆាប់រហ័ស។ អំឡុងឆ្នាំ២០០២ ដល់ ឆ្នាំ២០១៨ ការនាំចូលរបស់ប្រទេសចិនពីសមាជិកអាស៊ានស្ថិតក្រោមប្រភេទលេខកូដ HS 08 (ផ្លែឈើ និងគ្រាប់ធញ្ញជាតិដែលអាចបរិភោគបាន សំបកផ្លែក្រូច ឬត្រសក់ផ្អែម) បានកើនឡើងច្រើនជាង ១៦ ដងចាប់ពីជាង ២១៦ លានដុល្លារអាមេរិកទៅជិត ៣,៨ លានដុល្លារអាមេរិក [5]។ ការដឹកជញ្ជូនតាមសមុទ្រទៅកាន់កំពង់ផែភាគខាងកើតយ៉ាងធំបំផុតរបស់ប្រទេសចិន នៅតែជាវិធីសាស្ត្រដឹកជញ្ជូនយ៉ាងទូលំទូលាយបំផុតសម្រាប់អ្នកនាំចេញផ្លែឈើស្រស់។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ព្រំដែនគោកភាគខាងត្បូង និងប៉ែកនិរតីនៃប្រទេសចិនជាមួយនឹងប្រទេសវៀតណាម ឡាវ និងមីយ៉ាន់ម៉ាក៏ជាច្រកចូលសម្រាប់បរិមាណដ៏ច្រើននៃផ្លែឈើមកពីប្រទេសទាំងនោះ ក៏ដូចជាមកពីប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានផ្សេងទៀតផងដែរ។ ស្របពេលដែលការដឹកជញ្ជូនមកពីប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានចូលក្នុងប្រទេសចិនមិនជាប់ពន្ធនាំចូល ការដឹកជញ្ជូនទាំងនេះនៅតែជាប់កាតព្វកិច្ចជាមួយនឹងអាករលើតម្លៃបន្ថែម ឬពន្ធដទៃទៀតដែលផ្អែកលើប្រភេទនៃច្រកនាំចូល និងរបបនាំចូល។

១១.២ ការដឹកជញ្ជូនតាមសមុទ្រ

ការដឹកជញ្ជូនតាមសមុទ្រ គឺថូរថ្លៃ ប្រសិនបើប្រៀបធៀបការដឹកជញ្ជូនតាមទម្រង់ផ្សេងទៀត ហើយជាទូទៅការដឹកជញ្ជូនតាមទម្រង់នេះចូលប្រទេសចិនតាមផែ ដែលនៅជិតបំផុតនឹងទីផ្សារលក់ដុំ និងទីផ្សារអ្នកប្រើប្រាស់ធំបំផុតសម្រាប់ផ្លែឈើស្រស់។ នៅ ស៊ិនចិន សៀងហៃ និងធៀនជីន ជាច្រកចូលយ៉ាងពេញនិយមបំផុត ការនាំចូលផ្លែឈើស្រស់តាមសមុទ្រដោយសារអ្នកនាំចូល និងអ្នកចែកចាយធំៗមួយចំនួនធំធ្វើជំនួញនៅទីផ្សារលក់ដុំដែលនៅក្បែរៗនោះ ដោយសារតែទីផ្សារទាំងនេះហើយ ផលិតផលអាចត្រូវបានលក់ និងចែកចាយយ៉ាងឆាប់រហ័សតាមស្រុក តំបន់ និងទូទាំងប្រទេស។ គុណវិបត្តិចម្បងនៃការដឹកជញ្ជូនតាមសមុទ្រ គឺរយៈពេលដឹកជញ្ជូនអាចទំនងជាប្រើពេលយូរជាងការដឹកជញ្ជូនតាមជើងគោក លើសពីនេះទៀត ការដឹកជញ្ជូនផ្លែឈើមកពីអាស៊ីអាគ្នេយ៍ទៅប្រទេសចិនតាមសមុទ្រ គឺភ្ជាប់ជាមួយនឹងអាករលើតម្លៃបន្ថែម ៩% ដោយគយរបស់ប្រទេសចិន[12] ដែលជាអត្រាខ្ពស់ជាងពន្ធអាករលើតម្លៃបន្ថែមដែលបានអនុវត្តចំពោះការដឹកជញ្ជូនតាមជើងគោកមួយចំនួន (សូមមើលផ្នែកបន្ទាប់)។

១១.៣ ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់តាមព្រំដែនក័ងស៊ី

ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងដែនទំនើបរវាងប្រទេសវៀតណាម និងតំបន់ក័ងស៊ី របស់ប្រទេសចិនដំបូងបានបង្កើតឡើងនៅដើមទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩៨០ ប៉ុន្តែកាន់តែសកម្មខ្លាំងឡើងៗរហូតក្លាយទៅជាទំនាក់ទំនងរវាងប្រទេសវៀតណាម និងប្រទេសចិននៅទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩៩០ ហើយបានបន្តរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័ស បន្ទាប់ពីមានការបង្កើត ACFTA នៅដើមទស្សវត្សរ៍ឆ្នាំ២០០០។ ខេត្តក័ងស៊ីមានទីតាំងភូមិសាស្ត្រមានគុណប្រយោជន៍ពិសេសសម្រាប់ធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងដែនជាមួយនឹងប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន៖ ខេត្តនេះមានព្រំដែនគោកដ៏វែងជាមួយប្រទេសវៀតណាមដែលលាតសន្ធឹងចម្ងាយ ១ ០២០ គីឡូម៉ែត្រ ហើយមាន ១២ ផែទទួលការនាំចូលគិតទាំងផែសមុទ្រ និងផែស្ងួត ក៏ដូចជាមជ្ឈមណ្ឌល

[14] សំដៅដល់ពាណិជ្ជកម្មធម្មតា—ដែលមិនមែនជាការផ្ទេរពីនាវាមួយទៅនាវាមួយ ការងារឃ្លាំងគយ ឬរបបពាណិជ្ជកម្មណាមួយផ្សេងទៀត

សាជីវកម្មសម្រាប់ប្រជាជនតាមព្រំដែនចំនួន ២៦ មណ្ឌលផងដែរ ដើម្បីធ្វើជំនួញជាមួយភាគីវៀតណាមរបស់ពួកគេ។ លើសពីនេះទៀត បណ្តាញមហាវិថី (Highway) នឹងវត់កាត់ប្រទេសវៀតណាម ហើយឆ្ពោះទៅកព្រំដែនប្រទេសចិន ដែលអនុញ្ញាតសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនមកពីប្រទេសវៀតណាម ឡាវ កម្ពុជា និងថៃ ដើម្បីឈានទៅដល់កំពង់ផែជើងគោក នៃខេត្តគ័ងស៊ីកាន់តែឆាប់រហ័សជាងតាមការដឹកជញ្ជូនតាមសមុទ្រ។

ផែស្ងួតចំនួន៤ របស់ខេត្តគ័ងស៊ី បានរៀបចំឡើងជាពិសេសសម្រាប់ការនាំចូលផ្លែឈើស្រស់៖ មានកំពង់ផែភីងស៊ែង ឡុងប៉ាង តុងស៊ីង និងស៊ូគូ។ លើសពីនេះទៅទៀត ផ្លែឈើស្រស់ត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យនាំចូលតាមកំពង់ផែសមុទ្រនៃតំបន់ពាណិជ្ជកម្មសេរី ហ្វាងឆេងងាង និងគីនជូ ក៏ដូចជាតាមរយៈអាកាសយានដ្ឋានងូអ៊ីលីន។ កំពង់ផែភីងស៊ែង គឺជាកំពង់ផែដែលសំខាន់បំផុតនៅក្នុងខេត្តគ័ងស៊ីសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនផ្លែឈើស្រស់ និងរួមបញ្ចូលទាំងផែទាំង៤ ដែលស្ថិតនៅក្រោមដែនសមត្ថកិច្ចរបស់ខ្លួន៖

តារាងទី៣ ៖ ច្រកចូលផែភីស៊ែងសម្រាប់ផ្លែឈើស្រស់

ផ្លូវរថភ្លើងភីងស៊ែង	ពាណិជ្ជកម្មធម្មតា (ទំហំនាំចូលតូចណាស់)
យូអ៊ីង៉ន	អាជីវកម្មធម្មតា
ពូចៃ	អាជីវកម្មតាមព្រំដែនក្នុងបរិមាណតិច; អាជីវកម្មរបស់អ្នកស្រុកតាមព្រំដែន
នងយ៉ាវ	អាជីវកម្មរបស់អ្នកស្រុកតាមព្រំដែន

ខណៈដែលកំពង់ផែព្រំដែនគ័ងស៊ី មួយចំនួនផ្សេងទៀតមានការអនុញ្ញាតឱ្យនាំចូលតែផ្លែឈើវៀតណាមប៉ុណ្ណោះ ច្រកចូលកំពង់ផែភីងស៊ែងត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យនាំចូលផ្លែឈើស្ទើតែទាំងអស់ ដែលមកពីប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន ដែលបានសម្រេចការទទួលបានទីផ្សារជាផ្លូវការ ដែលធ្វើឱ្យវាក្លាយជាច្រកចូលដែលមានសារៈសំខាន់បំផុតសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនទំនិញផ្លែឈើស្រស់របស់សមាជិកអាស៊ាន។ ជាទូទៅ ការដឹកជញ្ជូនទំនិញដែលចូលមកប្រទេសចិនតាមរយៈច្រកទាំងនេះ ត្រូវបាននាំចូលក្រោមរបបមួយ ក្នុងចំណោមរបបទាំងបីនៅខាងក្រោម៖

តារាងទី៤ ៖ របបនាំចូលកំពង់ផែតាមផ្លូវគោកជាទូទៅ

ពាណិជ្ជកម្មធម្មតា	ពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែនក្នុងទំហំនាំចូលតូច	ពាណិជ្ជកម្មរបស់អ្នកស្រុកតាមព្រំដែន
ការដឹកជញ្ជូនដោយអ្នកនាំចូលជនជាតិចិន ដែលបានចុះបញ្ជី។ ផ្លែឈើស្រស់ជាប់ពន្ធលើតម្លៃបន្ថែម ៩% ដូចការនាំចូលទំនិញចូលក្នុងប្រទេសចិនតាមកំពង់ផែសមុទ្រដែល ជាការដឹកជញ្ជូនទំនិញធម្មតា។	ការដឹកជញ្ជូនទំនិញនាំចូលដោយក្រុមហ៊ុនដែលមានចុះបញ្ជីជាផ្លូវការ នៅក្នុងតំបន់ព្រំដែនដែលស្ថិតក្រោមការជាប់ពន្ធលើតម្លៃបន្ថែម ៣% ។	ពលរដ្ឋចិនរស់នៅក្បែរព្រំដែនរបស់ប្រទេសនេះអាចនាំចូលផលិតផលមានតម្លៃរហូតដល់ ៨ ០០០ យ័ន (១ ១៣៩ដុល្លារអាមេរិក) ដោយមិនមានការគិតពន្ធលើតម្លៃបន្ថែម ថ្លៃបញ្ចេញទំនិញពីគយ ៧ ៥០០ ទៅ ១២ ០០០ យ័ន (១ ០៦៨ ទៅ ១៧០៩ដុល្លារអាមេរិក)ក្នុងមួយកុងតេន័រត្រូវបានប្រមូលដោយអាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន តែមិនមែនគយចិន។

ពាណិជ្ជកម្មធម្មតា គឺជារបបពាណិជ្ជកម្មទូទៅបំផុតសម្រាប់ការនាំចូលតាមកំពង់ផែប្រទេសចិនទាំងអស់ ប៉ុន្តែពេលវេលាដឹកជញ្ជូនតែងតែលឿនជាង និងតម្លៃសរុបអាចទាបជាងសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូន ដោយការប្រើការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវគោក និងចូលតាមក្រោមរបបពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែន។ បន្ថែមលើនេះទៅទៀត ខ្សែសង្វាក់ត្រជាក់ហាក់ដូចជាមានការខ្វះខាតសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនចូលប្រទេសចិនតាមរយៈអាជីវកម្មរបស់អ្នកស្រុកនៅតាមព្រំដែន ដែលអាចនឹងដាក់សម្ពាធបន្ថែមលើតម្លៃផ្លែឈើដែលនាំចូលក្រោមរបបនោះ។

ប្រជាជនរស់នៅតាមព្រំដែនរងចាំជាជួរ ដើម្បីស្កេនស្នាមក្រយៅដៃរបស់ពួកគេ និងចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្មរបស់ពួកគេ

ផ្លែឈើស្រស់ក្នុងទំហំនាំចូលធំ ដែលចូលក្នុងប្រទេសចិនតាមផ្លូវគោក ត្រូវបានបន្តដឹកជញ្ជូនទៅតាមកំពង់ផែភីងស៊ែងនៅព្រំដែនគ័ងស៊ី និងប្រទេសវៀតណាម និងទីផ្សារព្រំដែនជិតៗនោះ។ ប្រសិនបើយើងមើលទីផ្សារមួយ ដែលប្រជាជនតាមព្រំដែនរកស៊ី គឺនឹងឃើញមានរថយន្តដឹកទំនិញរបស់វៀតណាមរាប់សិបគ្រឿងកំពុងតែដឹកកុងតេន័រមានទូក្លាសេផ្លែស្រកានាគស្រស់ប្រវែង ៤០ ហ្វីត។ អ្នកជំនួញតាមព្រំដែនរើទំនិញចេញយកទៅដាក់លើរថយន្តដឹកទំនិញ ដែលមានទូក្លាសេតូចជាងដើម្បីនាំចូល ប៉ុន្តែពួកគេត្រូវតែស្កេនស្នាមម្រាមដៃពួកគេក្នុងទីផ្សារប្រតិបត្តិការដែលនៅជិតគ្នា ដើម្បីបញ្ជាក់ថាកូតាប្រចាំថ្ងៃរបស់ពួកគេមិនលើសកំណត់។ ទំនិញមកពីរថយន្តដឹកទំនិញតូចៗ ត្រូវបានផ្ទុកឡើងវិញទៅលើកុងតេន័រ ៤៥- ទៅ ៤៨-ហ្វីត សម្រាប់ការចែកចាយទូទាំងប្រទេសចិន។ ការដឹកទំនិញតាមនាវាមកពីកំពង់ផែនេះប្រើរយៈពេល ៣-៤ ថ្ងៃដើម្បីឈានដល់ទីផ្សារលក់ដុំជាច្រើនជុំវិញប្រទេសចិន។

របបការនាំចូលពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែនមានគោលបំណងគាំទ្រការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច និងជីវភាពក្នុងស្រុកតាមតំបន់ព្រំដែន។ ប៉ុន្តែការអនុវត្តជាក់ស្តែង របបទាំងនេះបានក្លាយជាលំហូរពាណិជ្ជកម្មទំហំធំ ដើម្បីជៀសផុតពីពន្ធលើតម្លៃបន្ថែមដែលខ្ពស់។ លើសពីនេះទៅទៀត ដោយគយប្រទេសចិនមិនបានប្រមូលពន្ធសម្រាប់ជំនួញរបស់ប្រជាជនតាមព្រំដែនទំហំនាំចូលពាណិជ្ជកម្ម និងតម្លៃទាំងមូលដែលស្ថិតក្រោមរបបនោះមិនត្រូវបានរាប់បញ្ចូលក្នុងស្ថិតិគយថ្នាក់ជាតិដែលរួមបញ្ចូលទាំងពាណិជ្ជកម្មធម្មតា ពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែនក្នុងទំហំនាំចូលតូច និងរបបនៃការនាំចូលផ្សេងទៀតទេ។ អ្នកជំនាញមួយចំនួនបានប៉ាន់ប្រមាណថាការនាំចូលផ្លែឈើស្រស់ដោយប្រជាជនតាមព្រំដែន ប្រហែលជាមានចំនួនច្រើនជាង ១០ ដងនៃការនាំចូលក្នុងទំហំតូចតាមព្រំដែន ដែលនេះអាចបញ្ជាក់បានថាស្ថិតិជំនួញតាមព្រំដែនថ្នាក់ជាតិ គឺសង្កត់ធ្ងន់ជាក់ស្តែងតែលើផលិតផលមួយចំនួនប៉ុណ្ណោះ។

រថយន្តដឹកទំនិញចូលក្នុងប្រទេសចិននៅកំពង់ផែយូអ៊ីងន

តំបន់ពាណិជ្ជកម្មព្រំដែនពូចៃ

១១.៤ ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់តាមព្រំដែនយូណាន

នៅខេត្តយូណានកំពង់ផែដែលមានទំហំពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែនសំខាន់ៗ សម្រាប់ផ្លែឈើស្រស់មានដូចជា កំពង់ផែហេគូ (ចិន និងវៀតណាម) ម៉ូហាន (ចិន និងឡាវ) និង រូអ៊ីលី (ចិន និងមីយ៉ាន់ម៉ា)។ កំពង់ផែតូចមួយ ដែលមានឈ្មោះថាធៀនបាវក៏ភ្ជាប់នឹងព្រំដែនចិន និងវៀតណាមដែរ ប៉ុន្តែមានការរាយការណ៍ថាទំហំនាំចូលផ្លែឈើតិចតួចនៅប៉ុន្មានឆ្នាំនេះ ដោយសារតែការភ្ជាប់ផ្លូវជាតិផ្នែកផ្សេងទៀតរបស់យូណាន និងតំបន់សេសសល់របស់ចិនមានលក្ខណៈអន់ថយ។

ជាទូទៅ កំពង់ផែដែលនៅក្បែរខេត្តគ័ងស៊ីមានការអភិវឌ្ឍលើហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធច្រើនជាង និងផ្តល់ការភ្ជាប់ការដឹកជញ្ជូនផ្ទាល់រវាងវៀតណាម និងចិនច្រើនជាង ធៀបនឹងកំពង់ផែហេគូរបស់ខេត្តយូណានមក។ ទោះជាយ៉ាងណា កំពង់ផែហេគូអាចទាក់ទាញពាណិជ្ជកម្មមួយចំនួនចេញពីខេត្តគ័ងស៊ី ដោយផ្តល់តម្លៃនាំចូលទាបជាងត្រឹមតែ ២ ០០០យ័នប៉ុណ្ណោះក្នុងមួយកុងតេន័រ នៅក្រោមរបបពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់អ្នករស់នៅតាមព្រំដែន ដែលមានតម្លៃទាបជាងខ្លាំងនៃតម្លៃនាំចូលពី ៧ ៥០០ ទៅ ១២ ០០០ យ័ន នៅកំពង់ផែភីស៊ៀងរបស់ខេត្តគ័ងស៊ី។ ប៉ុន្តែការសន្សំសំចៃលើថ្លៃនាំចូល អាចនឹងមានការខាតបង់ខ្លះៗដោយថ្លៃចំណាយលើការដឹកជញ្ជូនបន្តទៅទីផ្សារអ្នកប្រើប្រាស់នៅទីក្រុងលំដាប់ទី១ និងទី២ មានតម្លៃថ្លៃ។

ផ្លែស្រកានាគវៀតណាម គឺរាប់ថាទំហំនាំចូលធំបំផុតលើផ្លែឈើស្រស់ ដែលចូលតាមកំពង់ផែហេគូ ហើយបន្ទាប់មក គឺផ្លែមៀនវៀតណាម ដែលជាទូទៅផ្លែឈើទាំងពីរនេះ ស្ថិតក្រោមរបបអាជីវកម្មសម្រាប់អ្នករស់តាមព្រំដែន។ ទំហំនាំចូលផ្លែឈើផ្សេងទៀត ជាពិសេសផ្លែទុរេនវៀតណាម និងផ្លែផាសិន គឺមានទំហំនាំចូលតូចដោយចិនមានការរឹតបន្តឹងខ្លាំងកាលឆ្នាំ ២០១៩លើការនាំចូលផ្លែឈើ ដែលមិនទាន់ទទួលបានទីផ្សារជាផ្លូវការ។ ផ្លែឈើទាំងអស់ ដែលចូលមកប្រទេសចិន គឺត្រូវតែមានការបំពេញតាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវអំពីការតាមដាន ដូចជាប្រអប់នីមួយៗ ត្រូវបិតស្លាកមានការពិពណ៌នាអំពីផលិតផលដើមកំណើតប្រទេស កូដចម្ការ និងកូដកន្លែងវេចខ្ចប់។

ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនមួយមានទីតាំងនៅហេគូ បានរាយការណ៍ថា កាលឆ្នាំ២០១៨ នៅពេលដែលពាណិជ្ជកម្មផ្លែឈើស្រស់ឈានដល់ចំណុចខ្ពស់បំផុតនៅគ្រប់ពេល ហើយមានកុងតេន័រផ្លែឈើប្រហែល ៣០០ មកដល់ជារៀងរាល់ថ្ងៃ។ ប្រភពដូចគ្នាបាននិយាយថា ទំហំនាំចូលបានធ្លាក់ចុះយ៉ាងខ្លាំងមកត្រឹម ១៥០ កុងតេន័រក្នុងមួយថ្ងៃនៅរដូវសំបូរផ្លែឈើឆ្នាំ២០១៩ និងប្រហែលត្រឹមតែ ៥០ កុងតេន័រប៉ុណ្ណោះក្នុងមួយថ្ងៃនៅរដូវមិនសំបូរផ្លែឈើក្នុងខែធ្នូ។ អំឡុងពេលទំហំនាំចូលផ្លែឈើមានលក្ខណៈតូច និងបណ្តាលឱ្យមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងជាងមុនរវាងក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន នោះអ្នកស្រាវជ្រាវប៉ាន់ស្មានតម្លៃថាកុងតេន័រត្រជាក់ពីផែហេគូទៅចិនភាគខាងកើតមានតម្លៃស្មើនឹង ១០ ០០០ យ័ន។

ប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែនសម្រាប់ប្រើប្រាស់ដោយអ្នករស់នៅតាមព្រំដែននៅហេគូ។ អ្នករស់នៅតាមព្រំដែនជាច្រើននាក់ត្រូវប្រើប្រាស់កូតាពាណិជ្ជកម្មជាប្រចាំថ្ងៃពេញលេញរបស់ពួកគេសម្រាប់ទំនិញផ្លែឈើផ្ទុកក្នុងឡានដឹកទំនិញនីមួយៗ ដែលនាំចូលមកពីវៀតណាម។

ផែព្រំដែនប្រទេសចិន-ឡាវម៉ូហានជាអាណាខេត្តស៊ីជនប៉ានណារបស់យូណាន ជាផ្នែកមួយនៃពាណិជ្ជកម្មផ្លូវគោកដែលបង្កើតឡើងយ៉ាងល្អភ្ជាប់ពីប្រទេសថៃទៅប្រទេសចិនតាមប្រទេសឡាវ ដែលនាំចូលផ្លែមៀន ផ្លែទុរេន និងផ្លែឈើស្រស់ផ្សេងទៀតរបស់ថៃដ៏ច្រើន។ ផ្លែចេកប្រទេសឡាវជាច្រើនកំពុងត្រូវបាននាំចូលតាមម៉ូហាន ហើយការបញ្ជូនបន្តមានភាពខុសគ្នាខ្លាំងពីការដឹកទំនិញពីប្រទេសថៃ។

ប្រៀបធៀបនឹងទម្រង់នាំចូលផ្លែឈើប្រទេសឡាវ ការដឹកជញ្ជូនផ្លែឈើតាមផ្លូវគោកមកពីប្រទេសថៃ គឺមានលក្ខណៈចាស់ទុំ និងស្តង់ដារ។ ផ្លែឈើថៃទាំងអស់គឺដឹកជញ្ជូនក្នុងកុងតេន័រត្រជាក់ដោយក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនថៃ និងចិនជាច្រើនប្រកួតប្រជែងផ្តល់សេវាកម្មនេះ ដោយសារតែមានការប្រកួតប្រជែងកាន់តែខ្លាំងឡើង ក្រុមហ៊ុននានាធ្វើការជាមួយនឹងទាំងប្រទេសថៃ និងប្រទេសចិន ឬមានកិច្ចព្រមព្រៀងចែករំលែកកុងតេន័រជាមួយគូភាគីពួកគេនៅក្នុងប្រទេសផ្សេងទៀត។ នេះមានន័យថានៅតំបន់ឆ្លងកាត់ព្រំដែនម៉ូហាន គឺអាចផ្ទេរកុងតេន័រពីរថយន្តដឹកទំនិញថៃទៅរថយន្តដឹកទំនិញចិនសម្រាប់ដឹកជញ្ជូនទៅគោលដៅចុងក្រោយនៅចិន ជាជាងបំបែកខ្សែសង្វាក់ត្រជាក់ និងប្តូរការដឹកជញ្ជូនទាំងមូលពីរថយន្តដឹកទំនិញមួយទៅរថយន្តដឹកទំនិញមួយផ្សេងទៀត។ ផ្ទុយទៅវិញ ផ្លែកចេកប្រទេសឡាវ គឺដាក់តម្រួតគ្នាដោយមិនរក្សាទុកក្នុងទូរត្រជាក់ និងជាធម្មតាត្រូវបានផ្ទេរដោយរថយន្ត

ផ្លែចេកប្រទេសឡាវវេចខ្ចប់សម្រាប់នាំចេញទៅប្រទេសចិន ដែលបានឃើញនៅព្រំដែនម៉ូហាន

ដឹកទំនិញមួយទៅរថយន្តដឹកទំនិញមួយផ្សេងទៀតនៅមជ្ឈមណ្ឌលពាណិជ្ជកម្មព្រំដែននៅម៉ូហាន ស្រដៀងនឹងការដឹកទំនិញនាំចូលផ្លែឈើតាមតំបន់ព្រំដែននៅកំពង់ផែភីងស៊ែងរបស់គ័ងស៊ី។

ផ្លែចេកប្រទេសឡាវភាគច្រើនដែលកំពុងតែត្រូវនាំចូលទៅប្រទេសចិនតាមម៉ូហាន គឺផលិតដោយក្រុមហ៊ុនចិនដោយមានទីតាំងដាំដុះនៅក្នុងប្រទេសឡាវ។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ តម្លៃនៅខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៩ ទាបទៅដល់ ២,៥ យ័នក្នុងមួយគីឡូក្រាម ដោយមិនគិតថ្លៃដឹកទំនិញទៅម៉ូហានផ្លែចេកប្រទេសឡាវមិនត្រូវបានចាត់ទុកថាជាផលិតផលល្អបំផុតក្នុងទីផ្សារប្រទេសចិនទេ។

ប្រទេសចិនបានជួលចំណែកដី ដែលនៅជាប់នឹងម៉ូហានរយៈពេល៩៩ ឆ្នាំ លើផ្នែកនៃព្រំដែនរបស់ប្រទេសឡាវ ដែលគេស្គាល់ថា Moding ជាភាសាចិន ដែលមានការប្រកាសទីតាំងនេះជាតំបន់សេដ្ឋកិច្ច និងកំពុងសាងសង់ទ្រង់ទ្រាយធំ។ សម្រាប់រថយន្តដឹកទំនិញសំដៅពីប្រទេសឡាវ ទៅកាន់ប្រទេសចិន តាមការឆ្លងកាត់ព្រំដែនម៉ូហានតែងតែមានការកកស្ទះដោយរង់ចាំពេលមួយថ្ងៃ ឬច្រើនជាងនេះក្នុងតំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេស។ ច្រកព្រំដែនថ្មីបានកំពុងសាងសង់មានចំណែកផ្លូវយានយន្តជាច្រើន និងការនាំចូលផ្លូវការលើទំនិញកសិកម្ម ដែលជួយឱ្យផ្លែឈើស្រស់ឆ្លងកាត់ព្រំដែនបានឆាប់រហ័សពេលអនាគត។ ការបញ្ចប់ចុងក្រោយនៃការភ្ជាប់ផ្លូវរថភ្លើងពី Vientiane ទៅ Kunming តាម Moding ក៏អាចផ្តល់មធ្យោបាយថ្មី និងឆាប់រហ័សលើការដឹកជញ្ជូនផ្លែឈើស្រស់ តាមផ្លូវគោកពីប្រទេសឡាវទៅប្រទេសចិនដែរ។

*ទីលានដឹកជញ្ជូន និងរថយន្តដឹកទំនិញក្នុងតំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេស **Moding**។ កុងតេន័រទាំងមូល ឬរបស់របរកុងតេន័រគឺផ្ទេរពីរថយន្តដឹកទំនិញប្រទេសឡាវ ឬថៃទៅរថយន្តដឹកទំនិញប្រទេសចិន។*

១១.៥ ការនាំចូលមិនផ្លូវការ

ជាទូទៅ ការនាំចូលមិនផ្លូវការសំដៅលើការចែកចាយទំនិញក្រៅអាជ្ញាបណ្ណផ្លូវការ ឬបណ្តាញដែលបានអនុញ្ញាត។ នៅក្នុងបរិបទនៃការនាំចូលទៅប្រទេសចិនជារឿយៗ ការនាំចូលមិនផ្លូវការសំដៅលើការរត់ពន្ធទំនិញខុសច្បាប់លើព្រំដែនចិន ដើម្បីគេចពីការបង់ពន្ធនាំចូលលើតម្លៃបន្ថែម ការត្រួតពិនិត្យភូតគាមអនាម័យ ឬការរឹតត្បិតផ្សេងទៀត។ ស្ថានភាពរបស់ហុងកុងក្នុងនាមជាកំពង់ផែសេរី ដែលមិនយកពន្ធលើទំនិញនាំចូលក៏ដូចជា ភូមិសាស្ត្រ សេដ្ឋកិច្ច និងវប្បធម៌ដែលជិតស្និទ្ធរបស់ខ្លួនជាប់នឹងចិនដីគោក ធ្វើឱ្យទីក្រុងនេះក្លាយជាបណ្តុំចម្បងមួយសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនទំនិញបែបមិនផ្លូវការ។ តួលេខអាជីវកម្មនេះបានបង្ហាញឱ្យឃើញយ៉ាងច្បាស់ ដោយផ្អែកលើស្ថិតិគយនៅហុងកុងបង្ហាញពីទំហំនាំចូលធំខ្ពស់លើអ្វីដែលបានរៀបរាប់ក្នុងការប្រើប្រាស់ ឬការនាំចេញបន្តរបស់ទីក្រុង។ ក្រៅពីទីក្រុងហុងកុងការដឹងថាអាជីវកម្មនាំចូលមិនផ្លូវការក៏មានតាមព្រំដែនគោកភាគខាងត្បូងរបស់ប្រទេសចិនដែរ ទោះដឹងថាមិនទាន់ប៉ាន់ស្មានដឹងពីទំហំក៏ដោយ។ ប្រទេសចិនមានការរឹតបន្តឹងយ៉ាងខ្លាំង ដើម្បីដោះស្រាយលើអំពើពុករលួយ និងពាណិជ្ជកម្មខុសច្បាប់ ហានិភ័យសម្រាប់ការនាំចូលដោយមិនផ្លូវការមានការកើនឡើង។ ការរឹតបន្តឹងទាំងនេះមានដូចជា ការរឹបអូសផលិតផល ការពិន័យ និងទោសជាប់ពន្ធធនាគារសម្រាប់អ្នកដែលនាំចូលខុសច្បាប់ ហើយប៉ះពាល់ដល់ទំនាក់ទំនងពាណិជ្ជកម្មជាមួយនឹងគយ

ប្រទេសចិន។ អ្នកនាំចេញផ្លែឈើស្រស់ទៅប្រទេសចិនត្រូវបានណែនាំឱ្យពិចារណាលើកត្តាទាំងនេះ និងជៀសវាងពាណិជ្ជកម្មតាមការនាំចូលមិនផ្លូវការឱ្យបានច្រើនតាមដែលអាចទៅរួច។

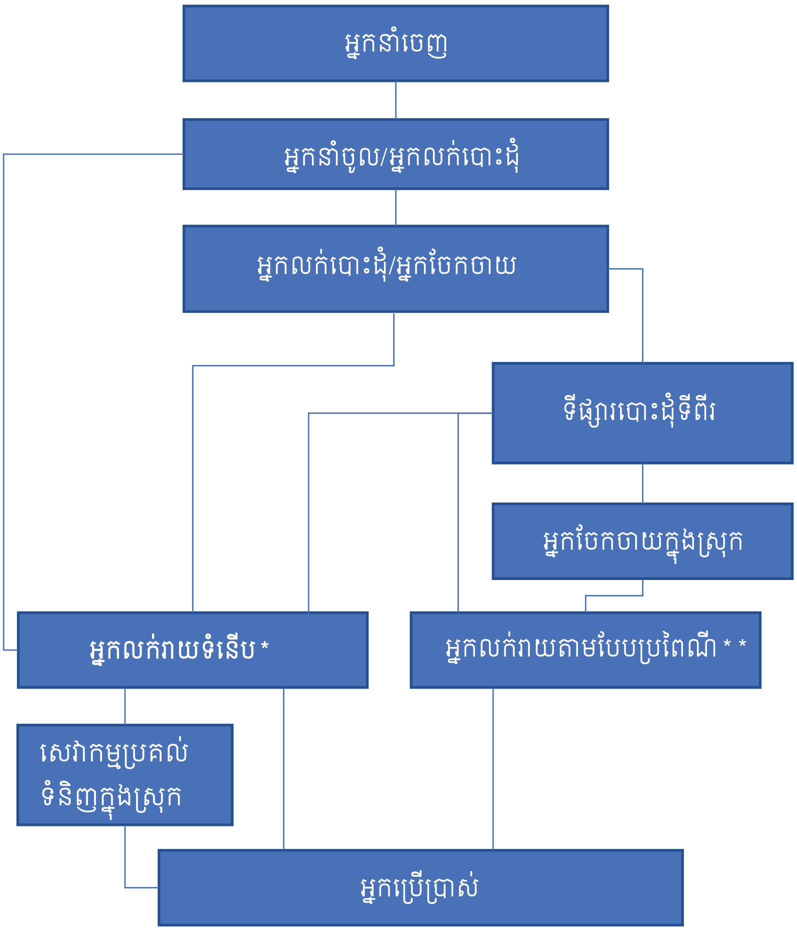
១២. ការចែកចាយ

១២.១ ខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់

ខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់របស់ប្រទេសចិនសម្រាប់ការនាំចូលផ្លែឈើ ដែលអនុវត្តភាគច្រើនតាមខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់លក្ខណៈប្រពៃណីរបស់ប្រទេសនេះទៅលើផលិតផលស្រស់ទៅតាមទីផ្សារបោះដុំ អាជីវករ និងអ្នកចែកចាយជាច្រើនរវាងអ្នកផលិត និងអ្នកប្រើប្រាស់។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ ការកើនឡើងតម្រូវការលើប្រភេទផ្លែឈើស្រស់ដែលមានគុណភាព និងតម្លៃខ្ពស់បានបង្ហាញឱ្យឃើញខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ជាច្រើនមានល្បឿនលឿន និងមានភាពល្អប្រសើរឡើងក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំនេះក្នុងការបង្កើនឧត្តមភាពលើទីផ្សារប្រកួតប្រជែង និងបំពេញតាមការរំពឹងទុករបស់អ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានចំណូលខ្ពស់។ គំរូដែលជ្រុលហួសហេតុនោះ គឺអាចនឹងជាការបញ្ជាទិញផ្លែឈើរីក្រហម (ប្រទេសឈីលី) តាមអ៊ីនធឺណិតមុនពេលប្រមូលផល និងខាងយន្តហោះដួលដឹកទៅដល់អ្នកប្រើប្រាស់ជនជាតិចិនដោយជាប្រអប់មានការរុំការពារ និងការវេចខ្ចប់ត្រជាក់ក្នុងពេលប្រមូលផលតែម្តង។ គំរូនេះផ្ទុយទាំងស្រុងនឹងអ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅតាមបែបប្រពៃណី ដែលទិញទំនិញពីផ្សារទំនើបក្នុងស្រុក ផ្សារត្រី ឬអ្នកលក់ផ្លែឈើតាមដងផ្លូវ ដែលទំនិញអាចនឹងឆ្លងកាត់អាជីវករ និងទីផ្សារបោះដុំជាច្រើនរួចមកហើយ។ ខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ទំនើបអាចខុសប្លែកគ្នាពីគំរូហួសហេតុទាំងពីរនេះអាស្រ័យលើតម្លៃផលិតផល ទីផ្សារគោលដៅ និងភាពជាដៃគូជាមួយអ្នកនាំចូល អ្នកចែកចាយ អ្នកលក់រាយ និងអ្នកទីផ្សារ។ អ្នកនាំចេញផ្លែឈើស្រស់ដែលចង់បង្កើតឱ្យមានការទទួលស្គាល់ម៉ាកនៅប្រទេសចិន ត្រូវតែយកចិត្តទុកដាក់ដោយប្រុងប្រយ័ត្នលើការជ្រើសរើសដៃគូក្នុងស្រុករបស់ពួកគេតាមខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់លើផលិតផល ដែលនឹងត្រូវដឹកជញ្ជូនរបស់ពួកគេមុនពេលមកដល់ដៃអ្នកប្រើប្រាស់។

រូបភាពទី៤៥ ៖ ការផ្គត់ផ្គង់តាមបែបប្រពៃណី

រូបភាពទី៤៦ ៖ ខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្មផ្លែឈើដែលបាននាំចូល



** ខ្សែសង្វាក់ផ្សារទំនើប ផ្សារទំនើបធំៗ ពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ខ្សែសង្វាក់ហាងផ្លែឈើស្រស់*

*** អាជីវករលក់ដូរនៅទីផ្សារ អ្នកលក់តាមផ្លូវ ហាងលក់ផ្លែឈើក្នុងតំបន់*

១២.២ ទីផ្សារបោះដុំ

អ្នកនាំចូល និងអ្នកចែកចាយផ្លែឈើស្រស់ធំបំផុតរបស់ប្រទេសចិន ជាធម្មតាមានការិយាល័យ និងប្រតិបត្តិការនៅក្នុងទីផ្សារបោះដុំ ដែលនៅជិតបំផុតនឹងកំពង់ផែសំខាន់ៗ និងមានទីផ្សារអ្នកប្រើប្រាស់ធំជាងគេ។ ក្នុងចំណោមទីផ្សារទាំងនេះទីផ្សារ J.N.H. របស់គ័ងចូវ (ពីមុនត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាទីផ្សារបោះដុំផ្លែឈើ និងបន្លែរបស់ជៀងណាន) ជាទីផ្សារបោះដុំផ្លែឈើ ដែលបាននាំចូលយ៉ាងច្រើនបំផុតរបស់ប្រទេសដោយសារតែនៅជិតនឹងកំពង់ផែស៊ិនចិន ទីក្រុងហុងកុងនិងមានការប្រើប្រាស់កម្រិតខ្ពស់នៅទីក្រុង។ តាមរបាយការណ៍បង្ហាញថាមានផ្លែឈើច្រើនជាង៧០%នៃផ្លែឈើស្រស់ដែលបាននាំចូលទាំងអស់នៅក្នុងប្រទេសចិនត្រូវបានធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមរយៈអ្នកនាំចូល និងអ្នកចែកចាយនៅក្នុងទីផ្សារ J.N.H. [25] ។ ដូចគ្នានឹងផ្សារចៃស៊ីង ដែលនៅជិតទីក្រុងសៀងហៃ ជាទីផ្សារបោះដុំនាំមុខគេរបស់ប្រទេសចិនភាគខាងកើតសម្រាប់ផ្លែឈើមកពីបណ្តាប្រទេសអាស៊ាន ចំណែកឯទីផ្សារផ្លែឈើ និងបន្លែហ៊ួចានរបស់ទីក្រុងសៀងហៃ

និងទីផ្សារផ្លែឈើបោះដុំផ្សេងទៀត ដែលនៅជិតផ្សារនោះក៏ដើរតួយ៉ាងសំខាន់នៅក្នុងការនាំចូល និងការចែកចាយផ្លែឈើស្រស់ផងដែរ។ នៅក្នុងទីក្រុងប៉េកាំង ផ្សារស៊ីនហ្វាទីដើរតួជាអ្នកនាំមុខនៅក្នុងការចែកចាយទៅតាមតំបន់ទូទាំងប្រទេសចិនភាគខាងជើងដោយសារតែផ្សារនេះនៅជិតទៅនឹងកំពង់ផែធៀនជិន និងការប្រើប្រាស់មានកម្រិតខ្ពស់នៅទីក្រុង។ រាល់បណ្តាខេត្ត និងតំបន់នៅក្នុងប្រទេសចិនយ៉ាងហោចណាស់មានទីផ្សារបោះដុំផ្លែឈើស្រស់ដ៏សំខាន់មួយកន្លែង ហើយជាធម្មតាមាននៅតាមទីរួមខេត្ត ដែលជាអ្នកចែកចាយដ៏ធំបំផុតនៃតំបន់។

ផ្សារផ្លែឈើចែស៊ីងជិតទីក្រុងសៀងហៃត្រូវបានស្គាល់ថាជា "ផ្សារចាស់" ប្រចាំតំបន់ ហើយជាចម្បង គឺលក់ផ្លែឈើក្នុងស្រុកយ៉ាងច្រើនជាមួយផ្លែឈើអាស៊ីអាគ្នេយ៍ដែលនាំចូលមួយចំនួនដូចជាចេក ឪឡឹក ស្វាយ។ ផ្សារដែលនៅជិតផ្សារចែស៊ីងហៃគ័ងស៊ីង ត្រូវបានហៅថាជា "ផ្សារថ្មី" ប្រចាំតំបន់ដែលមានឯកទេសក្នុងការនាំចូលផ្លែឈើ និងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ គឺមានការទទួលស្គាល់ថាជាផ្សារបោះដុំនាំមុខគេលើផ្លែឈើអាស៊ីអាគ្នេយ៍មួយចំនួនដែលបាននាំចូល។ ចាប់ពីខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០១៨ ដល់ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០១៩ ផ្សារហៃគ័ងស៊ីង មានការរាយការណ៍ថាមានការទិញដូរផ្លែស្រកានាគវៀតណាម ១១០ ០០០ តោន និងផ្លែខ្នុរវៀតណាម ៥៥ ០០០ តោន។

សួនឧស្សាហកម្មពាណិជ្ជកម្មបែបអេឡិចត្រូនិកអាស៊ានភីងជៀង ជៀងណានក្នុងខេត្តគ័ងស៊ី យើងអាចឃើញថាពាណិជ្ជករ និងពាណិជ្ជករកំពុងផ្ទេរផ្លែស្វាយវៀតណាមពីរថយន្តផ្ទុក។ អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកទីផ្សារបានពន្យល់ថាស្វាយទាំងអស់នោះត្រូវបាននាំចូលតាមរបបពាណិជ្ជកម្មប្រជាជនតាមព្រំដែន។ ទីផ្សារនេះក៏មានហាងលក់តាមអ៊ីនធឺណិតជាច្រើនលើកម្មវិធីលក់តាមអេឡិចត្រូនិកនាំមុខគេរបស់ប្រទេសចិនដែរ។

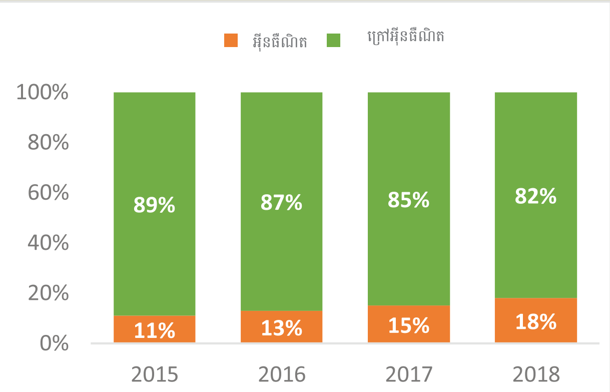
ផ្លែឈើស្រស់នៅអាស៊ីអាគ្នេយ៍ ដែលនាំចូលមកប្រទេសចិនត្រូវបានចែកចាយជាចម្បងតាមរយៈទីផ្សារបោះដុំផ្លែឈើដែលនាំមុខគេ។ ទោះការដឹកជញ្ជូនផ្លែឈើស្រស់ទាំងអស់នោះចូលប្រទេសចិនតាមរយៈផែជើងគោកខេត្តគ័ងស៊ី ឬខេត្តយូណានក៏ដោយ ក៏ជារឿយៗនឹងត្រូវបានដឹកជញ្ជូនដោយផ្ទាល់ទៅទីផ្សារបោះដុំនៅខេត្តគ័ងចូវ ទីក្រុងសៀងហៃ ទីក្រុងប៉េកាំង និងតំបន់ទីប្រជុំជនដែលមានការប្រើប្រាស់ខ្ពស់ផ្សេងទៀតផងដែរ ចំណែកឯមួយចំនួនទៀតនឹងត្រូវបានចែកចាយទៅគ្រប់តំបន់តាមរយៈទីផ្សារបោះដុំនៅទីក្រុងលំដាប់ទី២ក្នុងភាគខាងត្បូង និងភាគនិរតីនៃប្រទេសចិន ដោយសារតែមានចំនួនយ៉ាងច្រើននៃអ្នកនាំចូល និងអ្នកចែកចាយធ្វើប្រតិបត្តិការនៅក្នុងទីផ្សារទាំងនេះ នោះការគ្រប់គ្រងផលិតផល ការផ្ទុក និង ស្តង់ដារការដឹកជញ្ជូនអាចមានច្រើន និងមានផលប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងលើគុណភាព និងតម្លៃរបស់ផលិតផល។ អ្នកនាំចេញផ្លែឈើស្រស់ត្រូវបានលើកទឹកចិត្តយ៉ាងខ្លាំង ដើម្បីមើលដៃគូនាំចូល និងចែកចាយរបស់ពួកគេនៅក្នុងទីផ្សារបោះដុំ ដែលក្នុងនោះពួកគេមានមូលដ្ឋាន ដើម្បីដឹងពីរបៀបដែលផលិតផលរបស់ពួកគេត្រូវបានគ្រប់គ្រង និងចែកចាយក្នុងស្ថានភាពជាក់ស្តែង ។

១២.៣ ការលក់រាយ

ភូមិសាស្ត្រដ៏ធំរបស់ប្រទេសចិន និងប្រជាជនដែលមានសេដ្ឋកិច្ចចម្រុះ បានបង្កើនការលក់រាយផ្លែឈើស្រស់ច្រើនទម្រង់។ ទាំងអស់នេះរួមមានដូចជាអ្នកលក់ដាក់រទេះតាមដងផ្លូវបែបបុរាណ អាជីវករលក់ដូរនៅផ្សារ ហាងលក់រាយតូចៗ

ផ្សារទំនើបធំៗ និងសមាគមន៍បោះដុំ ក៏ដូចជាការធ្វើអាជីវកម្មតាមបែបប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងការបើកឱ្យមានបច្ចេកវិទ្យាទិញទំនិញតាមអ៊ីនធឺណិតទៅក្រៅអ៊ីនធឺណិត (O2O) ជាមួយការប្រគល់ទំនិញដល់ផ្ទះបានយ៉ាងឆាប់រហ័ស។ ខណៈដែលការទិញទំនិញក្រៅបណ្ដាញនៅតែរក្សាចំណែកទីផ្សារដែលលើសលប់សម្រាប់ផ្លែឈើស្រស់ដែលបាននាំចូល ការធ្វើអាជីវកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងការទិញតាមអ៊ីនធឺណិតទៅក្រៅអ៊ីនធឺណិតសម្រាប់ផ្លែឈើស្រស់បានទទួលនូវបទពិសោធដ៏រីកចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំថ្មីៗនេះ។

នៅចន្លោះឆ្នាំ២០១៥ និងឆ្នាំ២០១៨ អ្នកលក់រាយលើទំនិញរបស់អ្នកប្រើប្រាស់តាមអ៊ីនធឺណិតបានកើនពី ១១% ដល់ ១៨% នៃចំណែកទីផ្សារលក់រាយសរុបរបស់ប្រទេសចិន។ តាមការសិក្សាដោយ iResearch តម្លៃទំនិញសរុបរកនៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកសម្រាប់អាហារស្រស់នៅប្រទេសចិន បានកើននៅអំឡុងពេលដូចគ្នាពី ៤៩,៧ ទៅ ១៨៤,៨ ពាន់លានយ័ន។ បើប្រៀបធៀបក្នុងប្រភេទពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក សម្រាប់អាហារស្រស់ ផ្លែឈើស្រស់មានអ្នកប្រើទិញច្រើនបំផុត ខណៈដែលបន្លែ គ្រឿងសមុទ្រ និងសាច់នៅតែមានបរិមាណតិច។



ក្រៅពីការលក់រាយតាមប្រពៃណី និងពាណិជ្ជកម្មតាម អេឡិចត្រូនិក ប្រទេសចិនបានបង្កើតទម្រង់លក់រាយខុសពីគេដោយខ្លួនឯង ដោយរួមបញ្ចូលការលក់រាយតាមផ្ទះ ការបញ្ជាទិញតាមកម្មវិធី ការដឹកជញ្ជូនមកផ្ទះរហ័ស ដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ ដែលមានការកើនឡើងខ្ពស់សម្រាប់គុណភាពផលិតផលស្រស់ និងភាពងាយស្រួលសម្រាប់ទិញទំនិញ។ ជាទូទៅហៅថា "ការលក់រាយថ្មី" ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកយក្ស អាលីបាបាបានគ្របដណ្ដប់លើផ្នែកនេះដោយមាន ម៉ាក ហេម៉ា ដែលទទួលបានជោគជ័យខ្លាំងរបស់ខ្លួន មានការពង្រីកយ៉ាងរហ័ស និងបំបែកអ្នកវិនិយោគថ្មីៗពីគូប្រជែង ដូចជា Jingdong, Walmart, Yonghui និង Carrefour ក្នុងការផ្ដល់លក្ខខណ្ឌដែលស្រដៀងគ្នា។ ហាងលក់រាយថ្មីផ្ដល់បទពិសោធន៍លក់រាយតាមផ្ទះតាមប្រពៃណី ដែលបានកែកុនមានដូចជាការគិតលុយតាមកម្មវិធីទូរសព្ទចល័ត ការបញ្ជាទិញពីចម្ងាយ និងការដឹកជញ្ជូនដល់ផ្ទះជាធម្មតាចំណាយពេលពី ៣០ នាទីទៅ ២ម៉ោង។ តាមរយៈការធ្វើជាកន្លែងលក់រាយតាមប្រពៃណីក៏ដូចជា ឃ្លាំង និងមណ្ឌលចាត់ចែងការបញ្ជាទិញតាមអ៊ីនធឺណិត ហាងលក់រាយថ្មីបានដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមអំពីការដឹកជញ្ជូន "គីឡូម៉ែត្រចុងក្រោយ" ដែលនៅតែបន្តការដាក់កំហិតចម្បងលើពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិចសម្រាប់ផ្លែឈើស្រស់ដែលមានលក្ខណៈស្ដង់ដារ។

ខណៈអតិថិជនទិញទំនិញ និងគិតលុយតាមកម្មវិធីទូរស័ព្ទចល័ត ដោយ ប្រើប្រាស់សេវាកម្មទូទាត់ Alipay របស់ក្រុមហ៊ុនអាលីបាបា បុគ្គលិកក្រុមហ៊ុនហេម៉ា នៅដើរទៅហាងបំពេញការបញ្ជាទិញតាមអ៊ីនធឺណិត ដែលធ្វើនៅលើខ្សែបញ្ជូនទំនិញខាងលើអ្នកទិញទៅកាន់ផ្នែកវេចខ្ចប់ និង ដឹកជញ្ជូនរបស់ហាងទំនិញនៅឡើយ។ តាមរបៀបនេះ ម៉ូដែលលក់រាយថ្មី បានរួមបញ្ចូលការលក់រាយតាមប្រពៃណីជាមួយនឹងការរៀបចំទំនិញបញ្ចូលឃ្លាំង និងការចាត់ចែងការបញ្ជាទិញតាមអ៊ីនធឺណិតទៅកន្លែងតែមួយ។ ម៉ូដែលនេះបង្ហាញថាជោគជ័យខ្លាំងក្នុងការភ្ជាប់គម្លាតរវាងការលក់រាយ តាមអ៊ីនធឺណិត និងក្រៅអ៊ីនធឺណិតបច្ចុប្បន្ននេះខ្សែសង្វាក់លក់រាយ តាមប្រពៃណីជាច្រើននៅជុំវិញប្រទេសចិន កំពុងតែបំពាក់ឧបករណ៍ស្រដៀងៗគ្នានៅទីតាំងមានស្រាប់របស់ពួកគេ និងមានបុគ្គលិករៀបចំចាត់ចែងការបញ្ជាទិញតាមអ៊ីនធឺណិត។

សម្រាប់អ្នកលក់រាយដែលមិនមានបណ្តាញលក់តាមពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេទេ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូនគ្រឿងទេស និងអាហារឯករាជ្យកំពុងបំពេញចន្លោះខ្វះខាតរវាងការទិញទំនិញតាមអ៊ីនធឺណិត និងក្រៅអ៊ីនធឺណិត។ គូប្រកួតប្រជែងចម្បងរបស់អាលីបាបា នៅក្នុងប្រទេសចិន គឺជីងទុង (JD) ដែលផ្តល់សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន JD Daojia តាមរយៈបុគ្គលិករបស់ខ្លួនធ្វើការទិញទំនិញក្នុងស្រុកក្រៅអ៊ីនធឺណិត និងដឹកជញ្ជូនសម្រាប់អតិថិជនដែលបញ្ជាទិញគ្រឿងទេសតាមអ៊ីនធឺណិត ដោយនាំយកអតិថិជនតាមពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកទៅកាន់អ្នកលក់រាយតាមប្រពៃណីដូចជា Walmart, Yonghui និង Pagoda ជាដើម។

មុនពេលទម្រង់ពាណិជ្ជកម្ម "លក់រាយបែបថ្មី" ពេញនិយមក្រុមហ៊ុនលក់ផ្លែឈើស្រស់តាមបែបអេឡិចត្រូនិកបានវិនិយោគយ៉ាងធំលើការដឹកជញ្ជូនបែបសង្វាក់ត្រជាក់ និងស្តុកក្នុងស្រុក ដើម្បីរក្សាគុណភាពផលិតផលទៅតាមចម្ងាយពីឃ្លាំងរបស់ពួកគេទៅទីកន្លែងរបស់អតិថិជន។ វិធីនេះក៏ធ្លាប់ឃើញថាបានជោគជ័យដែរ។ ឧទាហរណ៍ Missfresh ជាកម្មវិធីអេឡិចត្រូនិកចល័តលក់គ្រឿងទេសស្រស់ពីការបញ្ជាទិញរបស់អតិថិជន គឺមានការបញ្ជូនយ៉ាងរហ័សពីឃ្លាំងតូចៗក្នុងស្រុកជាង១ ៥០០ ឃ្លាំង។ ស្របពេលនោះដែរការបង្កើនស្តង់ដារអ្នកប្រើប្រាស់ ដើម្បីមានភាពងាយស្រួល គុណភាព និងមានភាពស្រស់ក៏ដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងការលក់រាយបែបប្រពៃណីដែរ។ ឧទាហរណ៍ វត្តដាកន្លែងបើកផ្លូវមួយក្នុងចំណោមសង្វាក់លក់រាយផ្លែឈើស្រស់តាមហាងតូចៗ ដែលបានកើនឡើងក្រោម ៤០០កន្លែងនៅឆ្នាំ២០១២ ដល់ជិត៤ ០០០ កន្លែងក្នុងឆ្នាំ២០១៩ ។ ហាងទាំងនេះផ្តល់ផ្លែឈើស្រស់ពិសេស និងបុគ្គលិកមានឯកទេសក្នុងភូមិស្រុកទូទាំងប្រទេសចិន។

រូបភាពទី៤៨ ៖ ហាងលក់រាយនាំមុខគេសម្រាប់ផ្លែឈើស្រស់ដែលនាំចូល

ផ្សារទំនើប និងផ្សារធំៗ	កម្មវិធីអេឡិចត្រូនិក (អាជីវកម្មអនឡាន)
CR Vanguard	Tmall
Sun Art (RT Mart and Auchan)	JD
Walmart	Pinduoduo
Yonghui	
Carrefour	គំរូអាជីវកម្ម Online-to-Offline (O2O) និង សេវាដឹកជញ្ជូនដល់ផ្ទះ
	Fresh Hippo (Hema)
ហាងសង្វាក់ផ្លែឈើស្រស់	JD Daojia
Pagoda	Missfresh
Xianfeng	Dingdong

១៣. បរិយាកាសបញ្ញត្តិកម្ម

១៣.១ GACC

អគ្គរដ្ឋបាលគយប្រទេសចិន (GACC) ជាអង្គភាពគោលដែលគ្រប់គ្រងគោលការណ៍ បទប្បញ្ញត្តិ និងអធិការកិច្ចផលិតផលពាក់ព័ន្ធនឹងការនាំចូលផ្លែឈើស្រស់របស់ប្រទេសនេះ ដោយធ្វើការរាយការណ៍ផ្ទាល់ទៅក្រុមប្រឹក្សារដ្ឋ GACC មានបុគ្គលិកជាង ៦០ ០០០ នាក់។ GACC មាន ១៨ នាយកដ្ឋាន ៨សាខា និង ៤សមាគម ដោយមានការិយាល័យតំណាងទូទាំងពិភពលោក ដោយសារកំណែទម្រង់រដ្ឋាភិបាលចិនកាលឆ្នាំ២០១៨ GACC បានធ្វើការលើកិច្ចការសំខាន់ៗមួយចំនួន ដែលរដ្ឋបាលគ្រប់គ្រងគុណភាព អធិការកិច្ច និងចត្តាឡីស័ក (AQSIQ) ទទួលខុសត្រូវពីមុនរួម

បញ្ចូលទាំងការគ្រប់គ្រងលើអធិការកិច្ច និងចត្តាឡីស័ករបស់ប្រទេសចិន (CIQ) ។ តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវរបស់ GACC មានដូចខាងក្រោម៖

រូបភាពទី ៤៩ ៖ តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវរបស់ GACC

បញ្ញត្តិកម្ម	ការអនុវត្ត
• ផ្តល់សិទ្ធិ និងដកសិទ្ធិទទួលបានទីផ្សារសម្រាប់ផលិតផលបរទេស • កំណត់លក្ខខណ្ឌតម្រូវភូតគាមអនាម័យសម្រាប់ផលិតផល/ប្រទេសនីមួយៗ ដោយផ្អែកទៅលើការចុះពិនិត្យទីកន្លែង និងការវាយតម្លៃហានិភ័យ • ចុះហត្ថលេខា និងអនុវត្តកិច្ចព្រមព្រៀង និងសន្ធិសញ្ញាអន្តររដ្ឋាភិបាលលើពិធីសារស្តីពីភូតគាមអនាម័យ • បោះពុម្ពផ្សាយ បញ្ជីបច្ចុប្បន្នភាពផ្លែឈើស្រស់ដែលបានអនុម័តសម្រាប់នាំចូលទៅប្រទេសចិន ក៏ដូចជា បញ្ជីកន្លែងវេចខ្ចប់ និងចម្ការដែលមានចុះបញ្ជីផ្លូវការផងដែរ។	• ដើរតួជាភ្នាក់ងារត្រួតពិនិត្យច្រកចូល ដែលអាចរឹបអូសយកទំនិញ ក្នុងករណីបាត់ ឬមានឯកសារមិនត្រឹមត្រូវ ប្រមូលពន្ធ និងអាករដែលពាក់ព័ន្ធ រួមមានពន្ធលើតម្លៃបន្ថែមពន្ធអាករទូទៅ និងពន្ធផ្សេងទៀត • ធ្វើការត្រួតពិនិត្យភូតគាមអនាម័យនៅផែ និងចំណុចច្រកចូលប្រទេសចិន • ជានាលើការដាក់ស្លាកផលិតផលនាំចូលឱ្យបានត្រឹមត្រូវ • រឹបអូសការនាំចូលដែលមានការសង្ស័យថាជាផលិតផលក្លែងបន្លំ រត់ពន្ធ និងការរំលោភកម្មសិទ្ធបញ្ញា

១៣.២ ការទទួលបានទីផ្សារ

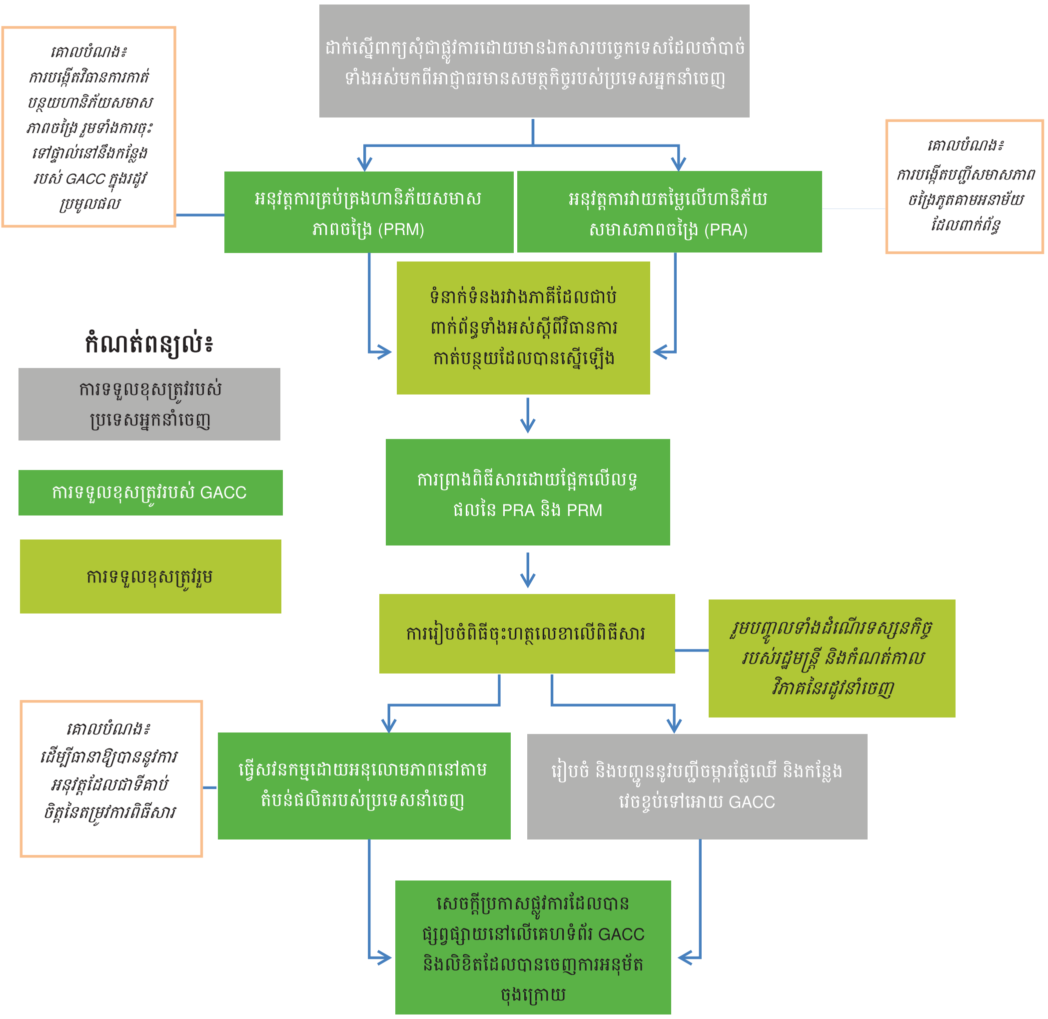
អ្នកដែលទើបនឹងនាំចេញ ដែលគ្រោងនឹងនាំចេញផ្លែឈើស្រស់ទៅកាន់ប្រទេសចិន ជាដំបូងត្រូវតែស្វែងយល់ពីស្ថានភាពផលិតផលដែលពួកគេចង់នាំចេញ ដោយយោងតាមបញ្ជីការទទួលបានទីផ្សារជាផ្លូវការ[13]។ សម្រាប់ផលិតផលដែលមិនទាន់មាននៅក្នុងបញ្ជីផ្លូវការ ការចរចាក្នុងការទទួលបានទីផ្សារជាមួយ GACC ត្រូវតែផ្តួចផ្តើមដោយរដ្ឋាភិបាលដែលជាប្រទេសប្រភពដើមនៃផលិតផលនោះ ដែលជាធម្មតាតាមរយៈការិយាល័យវិស័យកសិកម្មនៃស្ថានទូតរបស់ខ្លួនប្រចាំនៅប្រទេសចិន។ សម្រាប់ GACC ការវាយតម្លៃហានិភ័យភូតគាមអនាម័យទាក់ទងនឹងផលិតផល គឺផ្តោតចម្បងក្នុងដំណើរការដាក់ពាក្យស្នើសុំក្នុងការទទួលបានទីផ្សារ។

នៅពេលពិនិត្យមើលពាក្យស្នើសុំថ្មី GACC អនុវត្តគោលការណ៍ និងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដូចខាងក្រោម៖

- ប្រទេសទាំងអស់មានឱកាសដូចគ្នាក្នុងការដាក់ពាក្យសុំទទួលបានទីផ្សារ ដោយមានផ្លែឈើថ្មីមួយក្នុងមួយប្រទេសដែលត្រូវដំណើរការក្នុងពេលតែមួយ
- សំណើសុំសម្រាប់ផ្លែឈើដែលមានហានិភ័យភូតគាមអនាម័យទាប ទទួលបានការអនុគ្រោះ និងត្រូវបានដំណើរការលឿន
- ផលិតផលថ្មីត្រូវតែអនុលោមតាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវរបស់ GACC ដែលមានស្រាប់សម្រាប់ផលិតផលដែលស្រដៀងគ្នាពីប្រទេស និងតំបន់ផ្សេងទៀត
- ផលិតផលត្រូវតែអនុលោមតាមស្តង់ដារអន្តរជាតិសម្រាប់វិធានការភូតគាមអនាម័យ (ISPMs) ដើម្បីឱ្យ GACC ធ្វើការវាយតម្លៃ និងគ្រប់គ្រងហានិភ័យសមាសភាពចង្រៃ
- រយៈពេលសម្រាប់ដំណើរការពាក្យស្នើសុំប្រែប្រួលអាស្រ័យលើភាពស្មុគស្មាញ និងចំនួនកម្លាំងពលកម្មដែលត្រូវការក្នុងពេលដំណើរការនេះ។

[15] ឯកសារបកប្រែជាភាសាអង់គ្លេសមាននៅ www.producereport.com/market-access-list

រូបភាពទី៥០ ៖ នីតិវិធីនៃការស្នើសុំទីផ្សារផ្លែឈើពី *GACC*



ការវាយតម្លៃបឋម ត្រូវបានធ្វើឡើងដោយអាស្រ័យលើព័ត៌មានដែលផ្តល់ឱ្យនៅក្នុងពាក្យស្នើសុំ និងការស្នើសុំព័ត៌មានបន្ថែមបន្តបន្ទាប់។ ជារឿយៗ សមាគមឧស្សាហកម្មផ្លែឈើថ្នាក់ជាតិ និងតំបន់អាចដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការពិភាក្សាអំពីការទទួលបានទីផ្សារដោយផ្តល់ព័ត៌មានត្រឹមត្រូវ និងការចូលរួមសម្របសម្រួលរវាងសមាជិកឧស្សាហកម្ម។

កត្តានយោបាយក៏អាចប៉ះពាល់ដល់ការទទួលបានទីផ្សារផងដែរ ដូចដែលបានបង្ហាញជាមួយការហាមឃាត់ជាច្រើនដោយប្រទេសចិនលើការនាំចូលចំណីអាហារកាលពីមុន នៅគ្រាដែលស្ថានភាពនយោបាយមានភាពតានតឹង។ ជារឿយៗ មូលហេតុក្នុងការរឹតបន្តឹងការទទួលបានទីផ្សារប្រទេសចិន ច្រើនតែមកពីប្រភេទនៃហានិភ័យភូតគាមអនាម័យ។ ការរក្សាទំនាក់ទំនងទ្វេភាគីជាវិជ្ជមាន និងការឆ្លើយតបយ៉ាងរហ័សទៅ GACC ជាមួយនឹងព័ត៌មានត្រឹមត្រូវ គឺមានសារៈសំខាន់ក្នុងការសម្រេចបាននូវការទទួលបានទីផ្សារ។

១៣.៣ ឯកសារចាំបាច់សម្រាប់នាំចូល

អ្នកនាំចូលជនជាតិចិនតម្រូវឱ្យដាក់ឯកសារដូចខាងក្រោមទៅ GACC សម្រាប់ការដឹកជញ្ជូននីមួយៗ។

តម្រូវឱ្យមាន៖

- បញ្ជីដឹកជញ្ជូន
- គោលនយោបាយធានារ៉ាប់រង
- វិញ្ញាបនបត្រច្បាប់ដើមអំពីប្រទេស
- វិក្កយបត្រ
- ប្រកាសពីគយ
- វិញ្ញាបនបត្រភូតគាមអនាម័យ
- បណ្ណដឹកជញ្ជូន
- កិច្ចសន្យាទិញ និងលក់

បើមាន៖

- អាជ្ញាបណ្ណនាំចូល
- វិញ្ញាបនបត្រត្រួតពិនិត្យ

អ្នកនាំចេញត្រូវតែប្រាកដថា ពួកគេអាចផ្តល់ឯកសារទាំងនេះទៅដៃគូនាំចូលរបស់ពួកគេ ដើម្បីបង្ការការពន្យារពេល ការពិន័យ ឬការដាក់ទោសផ្សេងៗនៅផែច្រកចូលប្រទេសចិន។ អ្នកនាំចេញក៏ត្រូវប្រាកដដែរថាចម្ការផ្លែឈើ និងកន្លែងវេចខ្ចប់បានចុះបញ្ជីនៅ GACC ដែលកំពុងមានការរឹតបន្តឹងកាន់តែខ្លាំងឡើងពាក់ព័ន្ធនឹងការតាមដានផលិតផល។

១៣.៤ អង្គភាពគ្រប់គ្រងផ្សេងទៀត

រដ្ឋបាលបទប្បញ្ញត្តិទីផ្សាររដ្ឋរបស់ប្រទេសចិន (SAMR) បានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ២០១៨ ដោយការរួមបញ្ចូលនូវក្រសួងដាច់ដោយឡែកពីគ្នាពីមុនចំនួន៣ បញ្ចូលគ្នា គឺ អគ្គរដ្ឋបាលគ្រប់គ្រងគុណភាព អធិការកិច្ច និងភូតគាមអនាម័យ (AQSIQ) រដ្ឋបាលអាហារ និងឱសថចិន (CFDA) និងរដ្ឋបាលឧស្សាហកម្ម និងពាណិជ្ជកម្មរដ្ឋ (SAIC) ។ ជាលទ្ធផល SAMR មានមុខងារជាច្រើនរួមមានបទប្បញ្ញត្តិស្តីពី កម្មសិទ្ធិបញ្ញា សុវត្ថិភាពអាហារ ការអនុវត្តច្បាប់ប្រឆាំងនឹងការរំលោភសេចក្តីទុកចិត្ត និងការចេញវិញ្ញាបនបត្រថ្នាក់ជាតិ។ ក្រសួងកសិកម្ម និងកិច្ចការជនបទ (MARA) មានតួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវសំខាន់ៗរួមជាមួយទាំង SAMR និង GACC ជាមួយ SAMR MARA មើលការខុសត្រូវក្នុងការបង្ការ និងគ្រប់គ្រងជំងឺលើដំណាំ ហើយក្រសួងទាំងពីរសហការគ្នាតាមដានសុវត្ថិភាពអាហារ និងផលិតផល។ ជាមួយ GACC MARA បង្កើតច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិគ្រប់គ្រងអនាម័យ និងភូតគាមអនាម័យលើសត្វ និងដំណាំ។ ខណៈដែល SAMR ទទួលខុសត្រូវជាចម្បងលើទីផ្សារក្នុងស្រុក GACC ដើរតួនាទីដឹកនាំលើបទប្បញ្ញត្តិ និងការអនុវត្តច្បាប់ពាក់ព័ន្ធនឹងការនាំចូល។

១៤. បញ្ហាប្រឈម

១៤.១ ស្តង់ដាររបស់អ្នកបរិភោគ

អ្នកបរិភោគជនជាតិចិនមានស្តង់ដារខ្ពស់លើគុណភាពផ្លែឈើស្រស់ និងមានបំណងចំណាយប្រាក់ជាពិសេសលើផលិតផលដែលល្អបំផុត ដោយសារចំនួនប្រជាជនកម្រិតជីវភាពមធ្យមរបស់ប្រទេសនេះបន្តកើនឡើង ស្តង់ដារអ្នកប្រើប្រាស់នឹងកើនខ្ពស់ទៅៗ ខណៈដែលអ្នកផលិត និងអ្នកនាំចេញផ្លែឈើស្រស់របស់ពិភពលោកប្រកួតប្រជែងគ្នាក្នុងទីផ្សារ។ ចំណុចនេះមានន័យថា ផ្លែឈើដែលនាំចូលដោយគុណភាព ឬរូបរាងក្រោមកម្រិតមធ្យមអាចពិបាកទទួលបានតម្លៃដែលចង់បាននៅប្រទេសចិន និងបាត់បង់ឱកាសផ្សព្វផ្សាយលើទីផ្សារថាជាផលិតផល "នាំចូល" ដែលនិមិត្តសញ្ញាជាទូទៅមានលក្ខណៈពាក់ព័ន្ធផ្លែឈើដែលមានគុណភាពខ្ពស់បំផុត។ ខណៈដែលផលិតផលនៅអាស៊ីអាគ្នេយ៍មួយចំនួនមានការទទួលស្គាល់ថាជាផ្លែឈើដែលនាំចូលមានគុណភាពខ្ពស់រួចហើយ ផ្លែឈើផ្សេងទៀត គឺលក់ជាមួយផ្លែឈើក្នុងស្រុកដែលមានគុណភាពទាបទាំងនៅលើទីផ្សារលក់ដុំ និងទីផ្សារលក់រាយ។

១៤.២ ការទទួលបានទីផ្សារ

កង្វះការទទួលបានទីផ្សារផ្លូវការបានកម្រិតការនាំចូលប្រភេទផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកជាច្រើន ដែលពេញនិយមសម្រាប់អ្នកបរិភោគជនជាតិចិន។ ជាក់ស្តែងការនាំចូលផ្លែទុរេនវៀតណាមបានធ្លាក់ចុះប៉ុន្មានឆ្នាំថ្មីៗនេះ ដោយសារគេយចិនបង្កើនការរឹតបន្តឹងលើការនាំចូលមិនផ្លូវការ ស្របពេលដែលផ្លែផាសិនវៀតណាមពេញនិយមលក់ដាច់ និងអាចដើរតួ

នាទីធំក្នុងទីផ្សារចិនតាមរយៈការទទួលបានទីផ្សារផ្លូវការបាន។ ស្រដៀងគ្នានោះ ប្រទេសឡាវ និងកម្ពុជាមានផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកជាច្រើនក្នុងទីផ្សារចិនដែលអាច ទទួលអត្ថប្រយោជន៍យ៉ាងធំពីស្ថានភាពនាំចូលស្របច្បាប់ ខណៈដែលប្រទេសទាំងពីរពេលនេះទទួលបានតែទីផ្សារ (ផ្លូវការ) លើផ្លែចេក និងឪឡឹកតែប៉ុណ្ណោះ[14]។

១៤.៣ ការប្រកួតប្រជែង

ជាទូទៅ អ្នកដាំដុះជនជាតិចិននឹងវិនិយោគលើដំណាំដែលគេមើលឃើញថាជោគជ័យជាផលិតផលនាំចូល។ ជាលទ្ធផល ផលិតផលក្នុងស្រុកលើផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកកំពុងកើនឡើង ដែលបង្ខំឱ្យអ្នកនាំចេញបរទេសប្រកួតប្រជែងទាំងលើគុណភាព និងតម្លៃ។ ឧទាហរណ៍ ផ្លែស្រកានាគដែលមិនមានប្រវត្តិដាំដុះនៅប្រទេសចិនពីមុនមក ប៉ុន្តែផ្លែស្រកានាគសាច់ក្រហមដែលផលិតបានក្នុងស្រុកថ្មីៗបានក្លាយជាគូប្រជែងយ៉ាងហ័សជាមួយផ្លែស្រកានាគនាំចូលពីប្រទេសវៀតណាមក្នុងលក់នៅក្នុងរដូវស្រដៀងគ្នា ហើយត្រូវបានចាត់ទុកថាមានរសជាតិមិនសូវផ្អែមដូចស្រកានាគក្នុងស្រុកទេ ទោះជាមានក្នុងតម្លៃទាបក៏ដោយ។ ផ្លែឈើពីប្រទេសវៀតណាម ឡាវ និងកម្ពុជាក៏ប្រឈមនឹងការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងពីបណ្តាប្រទេសនាំចេញទៅប្រទេសចិនដែរ។ ឧទាហរណ៍ តាមរបាយការណ៍ថាផ្លែចេកពីប្រទេសវៀតណាម និងកម្ពុជាមានគុណភាពទាបជាងផ្លែចេកមកពីហ្វីលីពីន និងអេក្វាទ័រ ដែលមានទីផ្សារខ្ពស់នៅហាងលក់រាយដែលមានតម្លៃខ្ពស់ៗ។ ទោះយ៉ាងណា ផ្លែចេកវៀតណាម ឡាវ និងកម្ពុជានៅតែមានតម្រូវការល្អក្នុងប្រទេសចិន ដោយសារតម្លៃមានការប្រកួតប្រជែង ហើយបំពេញបន្ថែមនៅរដូវមានផលិតផលក្នុងស្រុកទាប។ ការកត់សម្គាល់ដ៏មានតម្លៃមួយ គឺមានការប្រកួតប្រជែងក្នុងចំណោមអ្នកនាំចេញផ្លែឈើវៀតណាម ឡាវ និងកម្ពុជាដែរ។ នៅពេលដែលប្រទេសឡាវ និងកម្ពុជាបានបង្កើតមូលដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មផលិតកម្មផ្លែឈើកាន់តែចាស់ទុំជាមុន ប្រទេសទាំងពីរអាចក្លាយគូប្រកួតប្រជែងខ្លាំងជាមួយប្រទេសវៀតណាមដែលមានតម្លៃដី និងពលកម្មខ្ពស់។

១៤.៤ ខ្សែសង្វាក់ត្រជាក់

ផ្លែឈើជាច្រើនដែលមកពីប្រទេសឡាវ កម្ពុជា និងវៀតណាម ត្រូវបានដឹកជញ្ជូនតាមកុងតេន័រដែលមិនមែនជាទូរត្រជាក់មកកាន់ព្រំដែនប្រទេសចិន។ ទោះបីជាផ្លែឈើត្រូវបានដឹកជញ្ជូនតាមកុងតេន័រទូរត្រជាក់ក៏ដោយ ដែលតែងតែត្រូវបានរើចេញនៅព្រំដែន និងវេចខ្ចប់ឡើងវិញដាក់ចូលកុងតេន័ររបស់ចិន ដែលបំបែកខ្សែសង្វាក់ត្រជាក់ និងការបន្ថែមការលើកដាក់ផលិតផល ដែលអាចកាត់បន្ថយតម្លៃលើទីផ្សារ។ ថ្វីបើរបបពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់អ្នករស់នៅតាមព្រំដែនដែលជាកន្លែងនាំចូលផ្លែឈើជាច្រើនមកពីតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ក៏ដោយ ក៏បណ្តាលមកពីខ្វះការសហការក្នុងចំណោមអ្នកផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូនទាំងសងខាងព្រំដែនក្នុងការចែករំលែកកុងតេន័រដែរ។

១៤.៥ បរិយាកាសវិនិយោគ

ការវិនិយោគរបស់ជនជាតិចិនក្នុងប្រតិបត្តិការចម្ការដាំដុះ និងកន្លែងវេចខ្ចប់ផ្លែឈើអាចជួយក្នុងការបង្កើនការនាំចេញបានដោយធានាថា ផលិតផលផ្លែឈើបំពេញតាមតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ជនជាតិចិន។ ទោះជាយ៉ាងណា ក្របខណ្ឌវិនិយោគបរទេសមានភាពខុសគ្នាគួរឱ្យកត់សម្គាល់ទៅតាមប្រទេសផ្សេងៗ ហើយក៏រងឥទ្ធិពលដោយកត្តាជាច្រើន។ ប្រទេសឡាវបានជួបប្រទះនឹងបញ្ហាអេកូឡូស៊ី និងបញ្ហាសង្គមធ្ងន់ធ្ងរ ដែលបណ្តាលមកពីចម្ការចេកដែលវិនិយោគដោយជនជាតិចិន ដែលនាំឱ្យមានផលប៉ះពាល់លើការយល់ឃើញអវិជ្ជមានពីការវិនិយោគរបស់ជនជាតិចិន ទោះបីជាមិនមែន

[14] ការចូលទីផ្សារសម្រាប់ផ្លែឪឡឹកប្រទេសកម្ពុជាកំពុងដំណើរការ

រាល់ការវិនិយោគជនជាតិចិនទាំងអស់សុទ្ធតែបណ្ដាលឱ្យមានលទ្ធផលបែបនេះក៏ដោយ។ បើប្រៀបធៀបទៅប្រទេសកម្ពុជាក៏ជាប្រទេសដែលមានពាណិជ្ជកម្មពឹងផ្អែកលើប្រទេសចិនដែរ ហើយបានក្លាយជាគោលដៅសម្រាប់ការវិនិយោគលើផ្លែចេករបស់ជនជាតិជាច្រើនទៀត ទោះបីជាមានការអះអាងដោយភាគីទាំងពីរថា បានរៀនពីបទពិសោធន៍របស់ប្រទេសឡាវរួចក៏ដោយ។ ផ្ទុយមកវិញ ប្រទេសវៀតណាមមានបរិយាកាសវិនិយោគដែលមានការការពារខ្លាំងជាមុន ក្នុងការបង្កើតទីផ្សារក្នុងស្រុករបស់ខ្លួន ដែលអ្នកនាំចូលមួយចំនួនបានកត់សម្គាល់ឃើញថា មានការដាក់កំហិតក្នុងការធ្វើឱ្យគុណភាពផលិតផលមានភាពល្អប្រសើរជាងមុន។ ដោយប្រទេសចិនបន្តផ្លាស់ប្ដូរការវិនិយោគក្នុងប្រតិបត្តិការដាំដុះផ្លែឈើឆ្ពោះទៅប្រទេសដែលមានតម្លៃដី និងប្រាក់ពលកម្មទាបជាជាងការវិនិយោគដែលមានក្នុងស្រុក រដ្ឋាភិបាលនៃប្រទេសទាំងនោះ ត្រូវបង្កើតស្តង់ដារ និងបទប្បញ្ញត្តិដែលសមស្របសម្រាប់ការវិនិយោគបែបនោះ។

១៥. អនុសាសន៍

១៥.១ ការផ្តោតទៅលើគុណភាព

អ្នកជំនាញឧស្សាហកម្មដែលបានសម្ភាសសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវនេះ បានឯកភាពជាឯកច្ឆន្ទថា គុណភាពផលិតផលគឺជាកត្តាកំណត់តែមួយគត់ដែលសំខាន់បំផុតនៃភាពជោគជ័យសម្រាប់ការលក់ផ្លែឈើស្រស់នៅក្នុងប្រទេសចិន។ ការកំណត់ភាពរាំងស្ទះលើគុណភាព គួរតែស្ថិតក្នុងចំណោមអាទិភាពដំបូងរបស់អ្នកផលិត និងអ្នកនាំចេញផ្លែឈើដែលប្រឹងប្រែងបង្កើតឱ្យមានវត្តមានក្នុងទីផ្សារប្រទេសចិន។ ក្រៅពីការពង្រឹងលើបច្ចេកទេសអំពីការដាំដុះ ការប្រមូលផល និងការគ្រប់គ្រងដី ត្រូវធានាថា ការចាត់ចែងក្រោយប្រមូលផល និងសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនឱ្យបានសមស្របក៏ជាកត្តាកំណត់សំខាន់ផងដែរ លើស្ថានភាពដែលផ្លែឈើមកដល់ទីផ្សារលក់ដុំ និងទីផ្សារអ្នកប្រើប្រាស់នៅប្រទេសចិន។ លើសពីនេះទៀត អ្នកដាំដុះ និងអ្នកនាំចេញគួរតែផ្តោតលើការស្វែងយល់ពីចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់ជនជាតិចិន ចំពោះទំហំ រសជាតិ ពណ៌ និងរូបរាងផ្លែឈើ ហើយពិចារណាលើការអភិវឌ្ឍផលិតផលឱ្យត្រូវទៅតាមតម្រូវការជាក់លាក់ទាំងនោះ។

១៥.២ ការបានចូលទីផ្សារ

អ្នកដាំដុះ និងអ្នកនាំចេញផ្លែឈើស្រស់ ដែលមិនទាន់បានការអនុញ្ញាតផ្លូវការក្នុងការនាំចូលប្រទេសចិន គួរធ្វើការជាមួយគ្នាដើម្បីរកការសម្របសម្រួលឧស្សាហកម្មពាក់ព័ន្ធនឹងលក្ខខណ្ឌតម្រូវរបស់ប្រទេសចិន ដើម្បីសម្រួលដល់ការចរចាសុំចូលទីផ្សារទៅដល់កម្រិតរដ្ឋាភិបាល។ ប្រសិនបើមានការមិនច្បាស់អំពីស្ថានភាពចូលទីផ្សារសម្រាប់ផលិតផលជាក់លាក់ណាមួយ ពួកគេគួរទៅដល់សមាគមឧស្សាហកម្មដែលពាក់ព័ន្ធនឹងនាយកដ្ឋានកសិកម្មរបស់រដ្ឋាភិបាលនៃប្រទេសរបស់ពួកគេ ឬមន្ត្រីផ្នែកកសិកម្មនៅស្ថានទូតរបស់ប្រទេសពួកគេប្រចាំនៅចិន។ រដ្ឋាភិបាល សមាគម និងអ្នកនាំចេញធំៗដែលចូលរួមដោយផ្ទាល់ក្នុងការចរចាចូលទីផ្សារ ត្រូវតែព្យាយាមបង្កើតទំនាក់ទំនងវិជ្ជមានជាមួយអង្គភាពបទប្បញ្ញត្តិរបស់ប្រទេសចិន ហើយឆ្លើយតបគ្រប់សំណើឱ្យបានរហ័ស និងមានព័ត៌មានសុក្រឹត។ ពួកគេក៏គួរយល់ដែរថាការចរចាចូលទីផ្សារអាចរងឥទ្ធិពលទំនាក់ទំនងការទូតបើកទូលាយ ហើយត្រូវផ្តោតគោលដៅឆ្ពោះទៅរកលទ្ធផល ដែលផ្តល់ផលប្រយោជន៍ឱ្យគ្នាទៅវិញទៅមកក្នុងបរិបទនេះ។

១៥.៣ ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ

ទីផ្សារអ្នកបរិភោគរបស់ចិនមានអនុភាពខ្ពស់ និងវិវឌ្ឍលឿន។ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ផ្លែឈើស្រស់គួរពិចារណាលើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារដោយខ្លួនឯង ដើម្បីកាន់តែយល់អំពីស្ថានភាពទីផ្សារ និងបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រផ្អែកលើភ័ស្តុតាងសម្រាប់ផលិតផលរបស់ពួកគេ។ ការស្រាវជ្រាវបែបនេះគួររួមបញ្ចូលការវិភាគលម្អិតលើផលិតផល ដែលមានការប្រកួតប្រជែង

និន្នាការតម្លៃ និងផ្តល់អនុសាសន៍ដែលអាចអនុវត្តបាន។ ការស្រាវជ្រាវក៏គួរគិតគូអំពីលក្ខណៈជាច្រើននៃទីផ្សារតាមតំបន់ក្នុងប្រទេសចិន និងការប្រែប្រួលនៃចំណង់ចំណូលចិត្តប្រើប្រាស់ និងទម្លាប់នៃការបរិភោគនៅក្នុងទីផ្សារទាំងនោះផងដែរ។ នៅក្នុងបរិកាសដែលមានការប្រែប្រួលដូចប្រទេសចិន ការស្វែងយល់ទីផ្សារប្រភេទនេះអាចមានសុពលភាពរយៈពេលខ្លីប៉ុណ្ណោះ អាស្រ័យ ហេតុនេះអ្វីដែលល្អបំផុតគួរបញ្ចូលយុទ្ធសាស្ត្រដែលស្របជាមួយទំនោរទីផ្សារបច្ចុប្បន្នតែប៉ុណ្ណោះ។

១៥.៤ ភាពជាដៃគូក្នុងស្រុក

អ្នកនាំចេញផ្លែឈើស្រស់គុណភាពខ្ពស់ត្រូវសង្កត់ធ្ងន់លើការជ្រើសរើសដៃគូនាំចូល និងដៃគូផ្សព្វផ្សាយ ដែលអាចជួយឱ្យពួកគេសម្រេចបានសក្តានុពលរបស់ពួកគេនៅប្រទេសចិន។ ការរក្សាផលិតផលពីអ្នកដាំដុះទៅអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយជាកិច្ចសហការដ៏មុតមាំ ដែលត្រូវការការគ្រប់គ្រងដ៏មានការប្តេជ្ញាចិត្តពីតួអង្គទាំងអស់ក្នុងខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ ដើម្បីឱ្យប្រាកដថាផលិតផលគុណភាពខ្ពស់មានការផ្សព្វផ្សាយត្រឹមត្រូវទាំងលើអ៊ីនធឺណិត និងក្រៅអ៊ីនធឺណិតសមស្របតាមតម្លៃទំនិញ គឺទាមទារឱ្យមានដៃគូពាណិជ្ជកម្មដែលមានបណ្តាញក្នុងស្រុកខ្លាំងផងដែរ។ អ្នកដាំដុះ និងអ្នកនាំចេញផ្លែឈើស្រស់ដែលមានគុណភាពខ្ពស់គួរតែស្វែងរកឱកាសជួបប្រជុំ និងបង្កើតទំនាក់ទំនងនៅប្រទេសចិន ដែលមិនត្រឹមតែជាមួយអ្នកនាំចូលប៉ុណ្ណោះទេ គឺថែមទាំងប្រធានផ្នែកទិញរបស់ហាងលក់រាយ និងគេហទំព័រលក់តាមបែបអេឡិចត្រូនិកល្បីៗផងដែរ។

១៥.៥ ទីផ្សារ និងការកសាងកេរ្តិ៍ឈ្មោះ (Branding)

ក្នុងទីផ្សារផ្លែឈើដែលមានការប្រកួតប្រជែងយ៉ាងខ្លាំងរបស់ប្រទេសចិន ការកសាងកេរ្តិ៍ឈ្មោះ (Branding) ក្លាយជាវិធីសាស្ត្រដ៏សំខាន់សម្រាប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ក្នុងការរំលេចផលិតផលរបស់ពួកគេទទួលបានតម្លៃខ្ពស់ និងសម្រេចបានទំហំលក់កាន់តែធំ។ ទីផ្សារដែលមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការកសាងកេរ្តិ៍ឈ្មោះផ្លែឈើ ត្រូវធ្វើការដោយផ្ទាល់ជាមួយដៃគូលក់រាយជនជាតិចិន ក៏ដូចជាធ្វើយុទ្ធនាការទំនាក់ទំនងសាធារណៈលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងបណ្តាញសង្គមរបស់ប្រទេសចិន។ បន្ថែមទៅការកសាងកេរ្តិ៍ឈ្មោះសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន និងផលិតផលផ្លែឈើជាក់លាក់ ដូចដែលបានបង្ហាញដោយការផ្សព្វផ្សាយផ្លែឈើដឹកនាំដោយរដ្ឋាភិបាលនៅលើវេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកឈានមុខគេ និងនៅក្នុងខ្សែសង្វាក់លក់រាយធំៗ ការនាំយកកេរ្តិ៍ឈ្មោះ(Branding)ប្រទេស និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះ(Branding)ឧស្សាហកម្មក៏ត្រូវបានបង្ហាញថាទទួលបានជោគជ័យខ្ពស់នៅក្នុងប្រទេសចិនដែរ។

១៥.៦ ទស្សនកិច្ចនៅប្រទេសចិន

អ្នកនាំចេញផ្លែឈើស្រស់នៅអាស៊ីអាគ្នេយ៍គួរតែទៅទស្សនកិច្ចនៅប្រទេសចិន ដើម្បីយល់កាន់តែច្បាស់ពីទីផ្សារគោលដៅរបស់ពួកគេ និងបណ្តាញចែកចាយតាមរយៈលំហូរផលិតផលរបស់ពួកគេ។ ទស្សនកិច្ចនៅប្រទេសចិន គឺចាំបាច់សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទំនាក់ទំនងជាមួយដៃគូនាំចូល និងដៃគូផ្សព្វផ្សាយដែលមានសក្តានុពលផងដែរ។ ការចូលរួមពិព័រណ៍ពាណិជ្ជកម្មផ្លែឈើស្រស់ សន្និសីទ ឬបេសកកម្មពាណិជ្ជកម្ម គឺជាមធ្យោបាយរហ័ស និងងាយស្រួលបំផុតដើម្បីចាប់ផ្តើមភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយដៃគូសក្តានុពល ក៏ដូចជាដើម្បីសិក្សាដោយផ្ទាល់អំពីទីផ្សារដែលមានការណែនាំពីអ្នកជំនាញ។ ការប្រជុំទល់មុខគ្នា ក៏ជាផ្នែកសំខាន់មួយនៃវប្បធម៌ជំនួញជនជាតិចិន អ្នកដែលកំពុងចង់បង្កើតវត្តមាននៅក្នុងទីផ្សារចិន មិនគួរមើលស្រាលអំពីគុណតម្លៃនេះឡើយ។

១៦. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ចិនផ្តល់ឱកាសដ៏សំខាន់សម្រាប់អ្នកផលិត និងនាំចេញផ្លែឈើស្រស់អាស៊ីអាគ្នេយ៍។ ប្រជាជនដ៏ច្រើនរបស់ប្រទេសនេះ មានអ្នកចូលចិត្តញ៉ាំផ្លែឈើច្រើន និងមធ្យមភាគប្រជាជនជីវភាពកម្រិតមធ្យមក៏កំពុងកើនឡើង ដែលទំនងជាបន្តកើនទៀតនៅឆ្នាំ២០២០ ។ ប្រទេសកម្ពុជា ឡាវ និងវៀតណាមស្ថិតក្នុងជំហរចម្បងក្នុងការទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីការកើនឡើងនេះ ដោយទីតាំងភូមិសាស្ត្រមានចម្ងាយជិត របបពាណិជ្ជកម្មអនុគ្រោះ និងឯកទេសលើផលិតកម្មផ្លែឈើតំបន់ត្រូពិកពេញនិយមច្រើនប្រភេទ។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ការប្រកួតប្រជែងទីផ្សារចិន មានន័យថានៅតែត្រូវការការប្រឹងប្រែងខ្លាំង និងដាក់ទុនច្រើន ដើម្បីទទួលបានជោគជ័យ និងជ្រៀតចូលទៅទីផ្សារអ្នកបរិភោគដែលអាចចំណេញជាងគេបំផុត។ ការធានាស្តង់ដារខ្ពស់លើគុណភាពផលិតផល គឺគួរតែដាក់អាទិភាពដំបូងលើអ្នកផលិតផលផ្លែឈើទាំងអស់ដែលមានគោលដៅទៅចិន ដោយអនុវត្តតាមជំហ៊ានផ្សេងៗ ដើម្បីធានាការរក្សាបាននូវគុណភាពតាមសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ពីអ្នកផលិតទៅអតិថិជន។

ស្ថិតក្រោមស្ថានភាពប្រកួតប្រជែងដូចនេះ អ្នកផលិតផ្លែឈើខ្នាតតូចអាចជួបការខាតអត្ថប្រយោជន៍ធំដែរ។ ពួកគេមិនត្រឹមតែមិនមានធនធានគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការពង្រឹង និងពង្រីកផលិតកម្មប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងលទ្ធភាពនៅមានកម្រិតទៀតផង ក្នុងការធានាថាផលិតផលរបស់ពួកគេអាចទៅដល់ដៃអ្នកប្រើប្រាស់ជនជាតិចិនក្នុងស្ថានភាពល្អ។ សម្រាប់ពួកគេការសម្របសម្រួលនៅកម្រិតឧស្សាហកម្មជាយុទ្ធសាស្ត្រមានប្រសិទ្ធភាពបំផុត ដើម្បីកែលម្អជំហរទីផ្សារ ក៏ដូចជាការចរចារបើកទីផ្សារលើផលិតផលដែលមិនទាន់មានការអនុញ្ញាតឱ្យនាំចូលប្រទេសចិន។ សមាគមឧស្សាហកម្មផ្លែឈើមកពីប្រទេសជាច្រើនបានសហការដោយផ្ទាល់ជាមួយអ្នកលក់រាយ និងគេហទំព័រលក់តាមបែបអេឡិចត្រូនិកដែលនាំមុខគេរបស់ចិន ដើម្បីណែនាំផលិតផលថ្មី ផ្សព្វផ្សាយតាមរដូវកាល និងជួយបង្កើតយុទ្ធនាការទីផ្សារផលិតផលតាមប្រទេសបានជោគជ័យ ដែលជាញឹកញាប់មានជំនួយពីការិយាល័យរដ្ឋាភិបាលដែលពាក់ព័ន្ធតាមស្ថានទូត និងកុងស៊ុលនៅប្រទេសចិន។

អ្នកនាំចេញផ្លែឈើតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ សមាគម និងរដ្ឋាភិបាលក៏ត្រូវយល់អំពីបញ្ហាតូចប្រឈមក្នុងសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ដែរ ហើយត្រូវធ្វើតាមជំហ៊ានៗ ដើម្បីគ្រប់គ្រងបញ្ហាទាំងនោះ។ ជាក់ស្តែង របបនាំចូលដោយពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែនប្រឈមសង្វាក់ត្រជាក់ដាច់ៗ និងការបន្ថែមលើការដាក់ផលិតផល ដែលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់តម្លៃ។ បញ្ហាទាំងនេះអាចទប់ស្កាត់បានតាមរយៈការសម្របសម្រួល និងការចែករំលែកទូរកុងតេន័រក្នុងចំណោមអ្នកផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូននៃព្រំដែនទាំងសងខាង។ ប៉ុន្តែការសម្របសម្រួលដូចនេះអាចនឹងមិនកើតឡើងទេបើគ្មានការសម្រួលដ៏មុតមាំពីអ្នកពាក់ព័ន្ធធំៗ ដូចជាអ្នកផលិត អ្នកបញ្ជាទិញ សមាគម ឬរដ្ឋាភិបាល ។ ទីផ្សារអ្នកប្រើប្រាស់ និងបរិយាកាសបទប្បញ្ញត្តិរបស់ប្រទេសចិន ក៏មានការប្រែប្រួលលឿន និងទាមទារឱ្យមានការតាមដានពិនិត្យជាប្រចាំ ដើម្បីវាយតម្លៃបញ្ហាប្រឈម និងឱកាសដែលពួកគេលើកឡើង។ ភាគីពាក់ព័ន្ធឧស្សាហកម្មផ្លែឈើស្រស់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ត្រូវបានការទូន្មានឱ្យវិនិយោគធនធានលើរបាយការណ៍ស៊ើបការណ៍ទីផ្សារជាទៀងទាត់ ដើម្បីជំរុញយុទ្ធសាស្ត្រ និងការប្រឹងប្រែងរបស់ពួកគេឱ្យទទួលបានព័ត៌មានថ្មីៗ និងសុក្រឹត។

១៧. ឧបសម្ព័ន្ធ៖ ព័ពណ៌ពាណិជ្ជកម្ម និងសន្និសីទ

ព្រឹត្តិការណ៍	ឆ្នាំ ២០២០	ទីតាំង
China International Fruit & Vegetable Fair (ChinaFVF) en.chinafvf.com	នឹងកំណត់ពេលក្រោយ	ទីក្រុងប៉េកាំង
China International Import Expo (CIIE) www.ciie.org/zbh/en	នឹងកំណត់ពេលក្រោយ	ទីក្រុងសៀងហៃ

Asia Fruit Logistica www.asiafruitlogistica.com	ថ្ងៃទី ១៦-១៨ ខែកញ្ញា	សិង្ហបុរី
ifresh Asia Fruit & Vegetable Industry Expo en.ifreshfair.cn	ថ្ងៃទី ១០-១២ ខែវិច្ឆិកា	ទីក្រុងសៀងហៃ
Asia Fresh www.asiafreshexpo.com	ថ្ងៃទី ២៧-២៨ ខែវិច្ឆិកា	ទីក្រុងសៀងហៃ

១៨. ឧបសម្ព័ន្ធ៖ ទំនាក់ទំនងទីផ្សារ

ទំនាក់ទំនងខាងក្រោមបង្ហាញពីបណ្តុំក្រុមហ៊ុន និងអង្គភាពដែលបានកំណត់អត្តសញ្ញាណ អំឡុងពេលស្រាវជ្រាវនេះ ដែលពាក់ព័ន្ធសម្រាប់អ្នកនាំចេញផ្លែឈើខ្នាតតូច ខ្នាតមធ្យម និងភាគីពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀតពីប្រទេសកម្ពុជា ឡាវ និងវៀតណាម។ ការរាប់បញ្ចូល និងការមិនរាប់បញ្ចូល និងលំដាប់នៅតារាងខាងក្រោមនេះ មិនបញ្ជាក់ការយល់ព្រម ឬអាទិភាពដោយអង្គការ GIZ ឬដៃគូស្រាវជ្រាវទីផ្សាររបស់ខ្លួនឡើយ។ សូមផ្ញើអ៊ីម៉ែលទៅគម្រោង SRECA និងដៃគូស្រាវជ្រាវរបស់ខ្លួនតាម sreca@giz.de សម្រាប់ព័ត៌មានលម្អិតទាក់ទងនឹងទំនាក់ទំនងជាក់លាក់បន្ថែមទៀត។

ការិយាល័យរាជរដ្ឋាភិបាលសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែន

ការិយាល័យ	ខេត្ត/តំបន់	ទំនាក់ទំនង
Kunming Customs Office	យូណាន	+86 871 63016999 kunming.cus-toms.gov.cn
Hekou Entry & Exit Inspection and Quarantine Bureau	យូណាន	+86 873 3426689
Mengla CIQ (Mohan Port)	យូណាន	+86 691 8811030
Pingxiang Customs	គ័ងស៊ី	+86 771 8520101

ទីផ្សារបោះដុំ

ក្រុមហ៊ុន	ទំនាក់ទំនង
Shanghai Longwu Fruits and Vegetables Wholesale Trading Market Management Co., Ltd.	wangcx@esenagro.com +86 13501653481 www.lwfruit.com
Guangzhou Jiangnonghui Market Service Management Co., Ltd.	jiangnonghui@outlook.com +86 20 81990213
Shanghai Huizhan Fruit and Vegetable Market Management Co., Ltd.	huizhanguoshu@163.com +86 21 64919766 www.huizhanmarket.com
Jiaxing Haiguangxing Market Management Co., Ltd.	+86 573 82396666/82031520
Guangxi HiGreen Wholesale Market	924511948@qq.com gxhjxsyglgs@szap.com +86 771 4979739 www.gxhigreen.com
Kunming Jinmazhengchang Fruit Market	+86 871 5190985 jmzcsgsc.cn.china.cn

ការដឹកជញ្ជូន និងខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់

ក្រុមហ៊ុន	ទំនាក់ទំនង
Richshine Supply Chain Management (Shanghai) Co., Ltd.	sreca@giz.de
Shanghai Oheng Import & Export Co., Ltd.	sreca@giz.de
Guangxi TWT Supply Chain Management Co., Ltd.	sreca@giz.de
Wenwu Import and Export Co. Ltd.	sreca@giz.de

ហាងលក់រាយ និងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក

ក្រុមហ៊ុន	ជំនួញ	ទំនាក់ទំនង
Wellfruit	Fresh fruit retail chain	sreca@giz.de
FruitDay	Fresh fruit e-commerce	sreca@giz.de
Yonghui	Supermarket chain	sreca@giz.de
Pagoda	Fresh fruit retail chain	sreca@giz.de
City Super	Supermarket chain	sreca@giz.de
Xianfeng Fruit Co., Ltd.	Fresh fruit retail chain	sreca@giz.de

អ្នកនាំចូល

ក្រុមហ៊ុន	ទំនាក់ទំនង
Win-Chain Supply Chain Management Co., Ltd.	sreca@giz.de
Goodfarmer Group	sreca@giz.de
Shanghai Sofia International Trading Co., Ltd.	sreca@giz.de
Shanghai Yechen Industrial Co., Ltd.	sreca@giz.de
Chongqing Golden Orchard Trading Co., Ltd.	sreca@giz.de
Nanchang Lvheng Industrial Development Co., Ltd.	sreca@giz.de
Guangzhou Zhanhui Trading Co., Ltd.	sreca@giz.de
Shenzhen Yuanxing Fruit Co., Ltd.	sreca@giz.de
Joy Wing Mau Group	sreca@giz.de
Beijing Xinghuirong Trading Co., Ltd.	sreca@giz.de
Beijing Yongxin Heng Chang Fruit Co., Ltd.	sreca@giz.de
Zhengzhou Chen’s Sun Fruit and Vegetable Trade Co., Ltd.	sreca@giz.de
Dole (Shanghai) Fruits and Vegetables Trading Co., Ltd.	sreca@giz.de

Jiaxing Hua Lian Fruit Co., Ltd.	sreca@giz.de
Jiaxing Yourhome Fruit Co., Ltd.	sreca@giz.de
Xingyeyuan Group	sreca@giz.de
Shanghai Zelun Trade Company	sreca@giz.de

១៩. ឯកសារយោង

[1] Food and Agriculture Organization of the United Nations, "FAOSTAT Statistical Database," 2019. [Online]. Available: http://www.fao.org/faostat/en/#data. [Accessed October 2019].

[2] National Bureau of Statistics of China, "National Data," 2019. [Online]. Available: http://data.stats.gov.cn/. [Accessed October 2019].

[3] General Administration of Customs of China, "Customs Statistical Data Online Search Platform," 2019. [Online]. Available: http://43.248.49.97/. [Accessed October 2019].

[4] Produce Report, "13 New Fruit Varieties Admitted to China in 2019, Total Now Over 200," 2020. [Online]. Available: https://www.producereport.com/article/13-new-fruit-varieties-admitted-china-2019-total-now-over-200. [Accessed January 2020].

[5] International Trade Centre, "Trade Map," 2019. [Online]. Available: https://trademap.org/. [Accessed October 2019].

[6] Produce Report, "Market Access List," 18 November 2019. [Online]. Available: https://www.producereport.com/market-access-list. [Accessed January 2020].

[7] Produce Report, "China Updates Market Access List, Adding 10 New Fresh Fruits," 18 November 2019. [Online]. Available: https://www.producereport.com/article/china-updates-market-access-list-adding-10-new-fresh-fruits. [Accessed January 2020].

[8] CNAGRI, "Production and Consumption of Banana, Lychee, Watermelon, Longan and Mango," For MZ Marketing Communications, 2019.

[9] B. G. &. A. R. Marshall, "Cash and chemicals: for Laos, Chinese banana boom a blessing and curse," Reuters, 12 May 2019. [Online]. Available: https://www.reuters.com/article/us-china-silkroad-laos/cash-and-chemicals-for-laos-chinese-banana-boom-a-blessing-and-curse-idUSKBN187334. [Accessed October 2019].

[10] Produce Report, "4 New Cambodian Banana Plantations Approved for Export to China," 5 November 2019. [Online]. Available: https://www.producereport.com/article/4-new-cambodian-banana-plantations-approved-export-china. [Accessed November 2019].

[11] Produce Report, "Laos Bananas Admitted to China’s Allowable Imported Fruits List," 23 May 2018. [Online]. Available: https://www.producereport.com/article/laos-bananas-admitted-china%E2%80%99s-allowable-imported-fruits-list. [Accessed October 2019].

[12] Produce Report, "Banana Prices Reach Peak for 2019, Likely to Weaken in Future," 8 October 2019. [Online]. Available: https://www.producereport.com/article/banana-prices-reach-peak-2019-likely-weaken-future. [Accessed October 2019].

[13] Produce Report, "芒果产业发展研讨会之越南芒果 90%以边贸形式出口中国," 29 March 2019. [Online]. Available: https://www.guojiguoshu.com/article/4842. [Accessed January 2020].

[14] Produce Report, "国产火龙果市场良好 越南火龙果对华出口吃紧," 9 October 2018. [Online]. Available: https://www.guojiguoshu.com/article/4409. [Accessed January 2020].

[15] 一亩田, "2019年火龙果采购大数据发布," 25 July 2019. [Online]. Available: https://www.sdngx.com/1/1394.html. [Accessed January 2020].

[16] 新浪网 - 老禾说事, "全国第一后， 广西火龙果该往哪走?," 31 July 2019. [Online]. Available: https://k.sina.com.cn/article_7235248825_1af4122b900100dpca.html. [Accessed January 2020].

[17] Produce Report, "Hainan Once Again Sets Sights on Durian Production," 11 August 2019. [Online]. Available: https://www.producereport.com/article/hainan-once-again-sets-sights-durian-production. [Accessed October 2019].

[18] Produce Report, "马来西亚冷冻带壳榴莲正式准入 猫山王618将亮相阿里巴巴三大平台," 31 May 2019. [Online]. Available: https://www.guojiguoshu.com/article/4980. [Accessed January 2020].

[19] Produce Report, "Shanghai Yechen First to Import Frozen Durians from Malaysia," 26 August 2019. [Online]. Available: https://www.producereport.com/article/shanghai-yechen-first-import-frozen-durians-malaysia. [Accessed January 2020].

[20] Produce Report, "With Thai Durian Deal Alibaba Once Again Shows it Can Move Fruit," 26 April 2018. [Online]. Available: https://www.producereport.com/article/thai-durian-deal-alibaba-once-again-shows-it-can-move-fruit. [Accessed January 2020].

[21] Produce Report, "Chinese E-commerce has Powered the Thai Durian Export Rapid Growth," 13 June 2018. [Online]. Available: https://www.producereport.com/article/chinese-e-commerce-has-powered-thai-durian-export-rapid-growth. [Accessed January 2020].

[22] 《农财宝典》记者 杨吉龙, "海南菠萝蜜：国内最大产区 深加工找出路," [Online]. Available: http://m.dooland.com/index.php?s=/article/id/765476.html. [Accessed January 2020].

[23] 央视网, "农广天地]菠萝蜜的栽培," 13中央广播电视总台七套节目播出, 1 August 2018. [Online]. Available: http://tv.cctv.com/2018/08/01/VIDEX4NJcklUEwh6BNbaVsie180801.shtml. [Accessed January 2020].

[24] Produce Report, "Jiaxing Fruit Market Becomes a Trading Center for Jackfruit," 16 January 2019. [Online]. Available: https://www.producereport.com/article/jiaxing-fruit-market-becomes-trading-center-jackfruit. [Accessed January 2020].

[25] Produce Marketing Association, "Fresh Produce Exporter’s Guide to China," PMA, 2019.

[26] iResearch, "中国生鲜电商行业研究报告," iResearch, 2019.

ការិយាល័យចុះបញ្ជី

Bonn and Eschborn, Germany T
+49 228 44 60-0 (Bonn)
T +49 61 96 79-0 (Eschborn)

Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5
65760 Eschborn, Germany
T +49 61 96 79-0
F +49 61 96 79-11 15

E info@giz.de
I www.giz.de

ការគាំទ្រកិច្ចសហប្រតិបត្តិការសេដ្ឋកិច្ចតំបន់នៅអាស៊ី (SRECA)

Tayuan Diplomatic Office
14 Liangmahe South Street, Chaoyang District
100600 Beijing, PR China

T + 86 10 8532 1857
F + 86 10 8532 5774

E sreca@giz.de
I www.connecting-asia.org

សហការរៀបចំ និងបោះពុម្ពជាភាសាខ្មែរដោយ

អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម នៃក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ