ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ
KINGDOM OF CAMBODIA
Nation - Religion - King

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
Ministry of Commerce
លេខ ៧២១៩ ព.ណ...សជណ

ភ្នំពេញ, ថ្ងៃទី ០៥ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ ២០១៧

សេចក្ដីជូនដំណឹង

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម មានកិត្តិយសគោរពជម្រាបជូនបងប្អូនប្រជាពលរដ្ឋជាទីស្នេហា មេត្តាជ្រាបអំពីការងារដែលក្រសួងពាណិជ្ជកម្មបានបំពេញ និងលទ្ធផលទទួលបាន ដើម្បីជាការឆ្លើយតបទៅនឹងការរិះគន់របស់ប្រជាពលរដ្ឋ តាមបណ្ដាញសង្គមស្ដីពីការធ្លាក់ថ្លៃទំនិញកសិផល ដែលកសិករកម្ពុជាផលិតបាន ដែលតែងចោទប្រកាន់ថា ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មមិនបានធ្វើអ្វីទាល់តែសោះ ដែលនាំឲ្យទំនិញកសិផលកម្ពុជា គ្មានទីផ្សារ ឬលក់បានក្នុងតម្លៃថោក ដែលធ្វើឲ្យប៉ះពាល់ដល់កម្រិតជីវភាពប្រចាំថ្ងៃរបស់ប្រជាជនកម្ពុជា ដូចខាងក្រោម៖

ក. ចរចារបើកទីផ្សារ៖

ដើម្បីលក់ទំនិញកម្ពុជា ក្នុងឋានៈកម្ពុជាជាប្រទេសក្រីក្រ ដែលត្រូវទទួលបានភាពអនុគ្រោះពន្ធនាំចូល និងគ្មានកំណត់កូតា ក្រសួងបានចរចាបើកទីផ្សារជាមួយប្រទេសមួយចំនួនដូចជា៖

- ទីផ្សារសហរដ្ឋអាមេរិក និងកាណាដា (GSP, MFN), ទីផ្សារសហគមន៍អឺរ៉ុប (EBA = Everything But Arms), ទីផ្សារជប៉ុន (GSP, DFQF), ទីផ្សារកូរ៉េ, ទីផ្សារចិន (៩៧% នៃបន្ទាត់ពន្ធគយ), ទីផ្សារវៀតណាម (អនុគ្រោះទំនិញចំនួន ៣៩មុខ), ទីផ្សារឥណ្ឌា (សម្រាប់ប្រទេស LDCs), និងទីផ្សារនៃបណ្ដាប្រទេសមួយចំនួនទៀតទាំងក្នុងតំបន់ និងពិភពលោក។

ខ. ក្នុងការជំរុញសកម្មភាពទីផ្សារទាំងក្នុង និងក្រៅប្រទេស ក្រសួងបានរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ជំរុញពាណិជ្ជកម្មជាច្រើន ដូចជា៖

- សកម្មភាពតាំងពិព័រណ៍ពាណិជ្ជកម្មទាំងក្នុងប្រទេស និងអន្តរជាតិជាច្រើនលើកក្នុងមួយឆ្នាំៗ
- ការរៀបចំបេសកកម្មពាណិជ្ជកម្ម តាមរយៈការចាត់បញ្ជូនក្រុមហ៊ុនកម្ពុជាទៅស្វែងរកដៃគូពាណិជ្ជកម្ម ជាមួយពាណិជ្ជករបរទេស
- ការរៀបចំជំនួបស្វែងរកដៃគូពាណិជ្ជកម្ម ដោយធ្វើការផ្គូរផ្គងរវាងអ្នកលក់ និងអ្នកទិញបានជួបគ្នាដោយផ្ទាល់ ដើម្បីចរចាទិញលក់ផលិតផលដោយផ្ទាល់
- ការរៀបចំយុទ្ធនាការទិញផលិតផលខ្មែរ ដើម្បីជំរុញចលនាឲ្យអ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅក្នុងប្រទេសងាកមកគាំទ្រ និងប្រើប្រាស់ផលិតផលខ្មែរឲ្យបានច្រើនជាអតិបរមា

ឡូត៍លេខ ១៩-៦១ វិថីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (១១៣បេ), ភូមិទឹកថ្លា សង្កាត់ទឹកថ្លា ខណ្ឌសែនសុខ, ភ្នំពេញ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ទូរស័ព្ទ / ទូរសារៈ (៨៥៥)-២៣ ៨៦៦ ៤៦៩
Ministry of Commerce, Lot 19-61, MOC Road (113B Road), Phum Teuk Thla, Sangkat Teuk Thla, Khand Sen Sok, Phnom Penh, Kingdom of CAMBODIA
Phone/Facsimile: (855)-23 866 469

- ការបង្កើតកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល អប់រំ ណែនាំដល់ផលិតករ ពាណិជ្ជករកម្ពុជា ឲ្យមានការយល់ដឹងពីសកម្មភាពនៃការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម និងការរៀបចំបែបបទសម្រាប់ធ្វើការនាំចេញ
- ការអភិវឌ្ឍផលិតផលតម្រូវតាមការចង់បានរបស់ទីផ្សារ ដែលសកម្មភាពទាំងនេះ ក្រសួងបានធ្វើជាប្រចាំ ដើម្បីជួយផលិតករ កសិករកម្ពុជាបាននាំយកទំនិញរបស់ខ្លួនទៅដាក់លក់លើទីផ្សារ...។ល។

គ. វិធានការសម្រាប់ដោះស្រាយបញ្ហាកកស្ទះទំនិញកសិផលៈ

- បានផ្សព្វផ្សាយឲ្យកសិករហាលស្រូវទុក កុំអាលបង្ខំសម្រុកលក់បន្ទាន់ពេក នៅពេលស្រូវចុះថោក (ចំពោះស្រូវ/អង្ករ)។
- បានរៀបចំវេទិកា ស្តីពីជំឡុងមី ម្រេច និងផលិតផលកសិ-ពាណិជ្ជកម្ម (បន្លែ ផ្លែឈើខ្មែរ និងផលិតផលកែច្នៃពីផលិតផលកសិកម្ម) នៅតាមមូលដ្ឋានជាប្រចាំ ដោយបានអញ្ជើញអ្នកលក់ដែលជាកសិករ ផលិតករ និងអ្នកទិញ (អ្នកប្រើប្រាស់) ជួបគ្នាដោយផ្ទាល់ ចរចាទិញ-លក់ផលិតផលដែលពួកគាត់ផលិតបាន។
- បន្តរៀបចំយុទ្ធនាការថ្នាក់ជាតិ ក្រោមប្រធានបទ "**ទិញផលិតផលខ្មែរ**" នៅតាមបណ្តារាជធានី-ខេត្តទូទាំងប្រទេស ដើម្បីជំរុញចលនាឲ្យអ្នកប្រើប្រាស់ ងាកមកគាំទ្រ និងប្រើប្រាស់ផលិតផលខ្មែរឲ្យបានច្រើនជាអតិបរមា។ យុទ្ធនាការនេះក៏បាន បង្រៀនដល់ផលិតករ កសិករ ឲ្យចេះរៀបចំផលិតផល មកដាក់លក់លើទីផ្សារ ដើម្បីចូលរួមប្រកួតប្រជែងជាមួយ ទំនិញនាំចូលពីបរទេស។
- ជំរុញឲ្យមានសមត្ថភាពរស់រើកឡើងវិញ នូវយុទ្ធនាការទិញអង្ករខ្មែរ-ជួយកសិករខ្មែរ។
- បន្តពង្រឹងការគ្រប់គ្រងការនាំចូលអង្ករពីប្រទេសជិតខាងដើម្បីបង់ពន្ធនាំចូលឲ្យបានគ្រប់ និងងាយស្រួលត្រួតពិនិត្យ និងអង្កេតដាន ចៀសវាងការបន្លំប្រភពថាជាអង្ករខ្មែរ។
- ចរចាជាមួយក្រសួងពាណិជ្ជកម្មចិន ដើម្បីសិក្សាពីលទ្ធភាពបង្វែរការទិញស្រូវពីកម្ពុជា ដោយប្រើប្រាស់យន្តការក្រុមហ៊ុន COFCO របស់ប្រទេសចិន។
- បន្តខិតខំជំរុញការចុះ MoU បើកទីផ្សារនាំចេញអង្ករ ជាមួយប្រទេសពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត រួមមានៈ ប្រទេសឥណ្ឌូនេស៊ី និងប្រទេសទីម័រឡេស្ត៍។
- បានចុះដោះស្រាយបញ្ហាកកស្ទះទំនិញកសិផល ជាមួយប្រទេសជិតខាង នៅតាមមាត់ច្រកព្រំដែន។

កន្លងមកការនាំទំនិញកសិផលកម្ពុជា ទៅបណ្តាទីផ្សារខាងលើ អ្នកនាំចេញតែងជួបប្រទះនូវបញ្ហារបាំងបច្ចេកទេស អនាម័យ និងភូតគាមអនាម័យ (SPS) ដោយប្រទេសនាំចូលទាំងអស់នោះ ទាមទារឲ្យមានលិខិត ឬវិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់អនាម័យ និងភូតគាមអនាម័យ ពីអាជ្ញាធរកម្ពុជា ដែលការងារនេះជាភារកិច្ចរបស់ក្រសួង ដទៃ។

ឃ. កិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្ម សម្រាប់សម្រួលដល់ការនាំចេញទំនិញកសិកម្ម៖

- ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម បានចូលរួមជាមួយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ កាត់បន្ថយអត្រាការប្រាក់ធនាគារឲ្យនៅសល់ត្រឹម១៨% ក្នុងមួយឆ្នាំ និងបន្ថយតម្លៃអគ្គីសនីសម្រាប់ម៉ាស៊ីនកិនស្រូវនៅពេលយប់ និងបន្ថយតម្លៃត្រួតពិនិត្យអង្ករពេលនាំចេញជាដើម
- ក្រសួង បានដាក់ឲ្យប្រើប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តិកម្ម ក្នុងការស្នើសុំវិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ប្រភពដើមទំនិញសម្រាប់នាំចេញទំនិញពីកម្ពុជា
- បានធ្វើប្រតិភូកម្មជូនមន្ទីរពាណិជ្ជកម្មជាប់ព្រំដែន ដើម្បីចេញវិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ប្រភពដើមទំនិញ (C/O) សម្រាប់នាំចេញទំនិញកសិផល ជូនពាណិជ្ជករកម្ពុជា។
- បានបង្រៀន និងផ្សព្វផ្សាយដល់មហាជនយ៉ាងទូលំទូលាយអំពីពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ បែបបទទូទាត់ និងលក្ខខណ្ឌដឹកជញ្ជូនអន្តរជាតិ, ក្រិត្យក្រមតម្លៃ, ការទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីប្រពន្ធអនុគ្រោះដែលកម្ពុជាយើងទទួលបានជាដើម។

ទោះបីមានការខិតខំប្រឹងប្រែងយ៉ាងខ្លាំង និងទទួលបានលទ្ធផលយ៉ាងច្រើនដូចគោរពជម្រាបជូនខាងលើក្តី ក៏ទំនិញកសិផលកម្ពុជាយើង នៅមានការប្រឈមនឹងការធ្លាក់ថ្លៃ និងការនាំចេញមានការលំបាកនៅឡើយ ដែលបណ្តាលមកពីកត្តាសត្យានុម័ត្តិ និងអត្តនោម័ត្តិ មួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

១. ក្រិត្យក្រមតម្លៃ "**បរិមាណផ្គត់ផ្គង់ លើសពីតម្រូវការ**" ដូចជាម្រេច ដំឡូង និងល្ពៅជាដើម។
២. តម្លៃកសិផលយើងមិនអាចប្រកួតប្រជែងនឹងកសិផលបរទេសបានដូចជាដំឡូង និង ម្រេចជាដើមដែលបណ្តាលមកពីផលិតភាពនៅទាប។
៣. ការចំណាយក្រៅផ្លូវការនានាហួតដល់នាំចេញនៅខ្ពស់នៅឡើយ បើធៀបជាមួយប្រទេសជិតខាង ឧ. ការនាំចេញម្រេច ក្នុងមួយកុងទីន័រ ២ហ្វីត ចំណាយហួតដល់ ៣,០០០ ដុល្លារ ដល់កំពង់ផែកំពង់សោម (FOB-Sihanoukville)។
៤. មិនទាន់ទាញយកទំនុកចិត្តអំពីគុណភាព និងសុវត្ថិភាព ពីអ្នកនាំចូល និងអ្នកប្រើប្រាស់នៅឡើយ ទាមទារឲ្យកសិករកម្ពុជា ត្រូវខិតខំដោយខ្លួនឯង ក្នុងការផលិត ថែទាំ និងអភិវឌ្ឍន៍។
៥. ទម្លាប់នៃការដាំដុះផលដំណាំរបស់កសិករកម្ពុជាគឺធ្វើតាមគ្នា (ឃើញគេដាំនេះបាន កសិករផ្សេងៗទៀត នាំគ្នាសម្រុកដាំតៗគ្នា) ដោយមិនបានគិតពីទំហំទីផ្សារជាមុន...។ល។

ដើម្បីជំនះបានកត្តាសត្យានុម័ត្តិ និងអត្តនោម័ត្តិមួយចំនួនខាងលើ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម បាននឹងកំពុងខិតខំជំរុញ និងអនុវត្តន៍កិច្ចការខាងលើឲ្យបានខ្លាំងក្លាថែមទៀត ព្រមទាំងដាក់ចេញនូវវិធានការណ៍ជាក់ស្តែងមួយចំនួនដូចខាងក្រោម ដោយសហការជាមួយក្រសួងពាក់ពន្ធ័៖

១. ផលិតករត្រូវចេះស្រាវជ្រាវអំពីចំណុចខ្លាំង និងខ្សោយក្នុងផលិតកម្ម និងការនាំចេញ ពិសេសរចនាសម្ព័ន្ធតម្លៃ (Cost structure) របស់កសិផលមួយមុខៗ ជាក់ស្តែង ដើម្បីចូលរួមកាត់បន្ថយថ្លៃដើមផលិតកម្ម និងនាំចេញ និងកាត់បន្ថយចំណាយក្រៅផ្លូវការ។

២. ត្រូវចេះកសាងទំនុកចិត្តអំពីគុណភាព និងសុវត្ថិភាពពីអ្នកនាំចូល និងអ្នកប្រើប្រាស់តាមរយៈការផលិតទំនិញមានស្តង់ដារ ការប្រើប្រាស់ម៉ាក ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ម៉ាកសមូហភាព និងម៉ាកវិញ្ញាបនកម្ម ដើម្បីឲ្យមានការបញ្ជាក់អំពីគុណភាពពីអង្គភាពត្រួតពិនិត្យគុណភាពថ្នាក់ជាតិ និងអន្តរជាតិ ជាដើមដូចជា ករណី "ម្រេចកំពត" ជាដើម។

៣. ណែនាំ និងផ្សព្វផ្សាយកសិករកម្ពុជា កុំឲ្យបន្តទម្លាប់នៃការដាំដុះដំណាំតាមគ្នា ដោយមិនបានគិតពីទំហំទីផ្សារជាមុន។ ត្រូវយល់ដឹងពីបច្ចេកទេសដាំដុះដំណាំនីមួយៗ ឲ្យច្បាស់មុនចំណាយទុន ផលិតទំនិញអ្វីមួយ។

អាស្រ័យដូចបានជម្រាបជូនខាងលើ សូមបងប្អូនប្រជាពលរដ្ឋ មេត្តាជ្រាបជាព័ត៌មាន។

សូមអរគុណ!