ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា

ផែនទីចង្អុលផ្លូវ

ស្តីពី ផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយ វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយ វិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (COVID-19)

សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន
នាយករដ្ឋមន្ត្រី នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

អារម្ភកថា

ក្នុងនាមរាជរដ្ឋាភិបាល ខ្ញុំសូមសម្តែងនូវមនោសញ្ចេតនារីករាយថ្លែងនូវសារលិខិតជូនជនរួមជាតិទាំងអស់ជាទីស្នេហា អំពីឆន្ទៈ ការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល គាំទ្រផែនទីចង្អុលផ្លូវ (Roadmap) ស្តីពី ផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩។ **ផែនទីចង្អុលផ្លូវ**នេះបានបង្ហាញនូវចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់សម្រាប់ការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយជំងឺកូវីដ-១៩ ដោយបានបង្ហាញថាកម្ពុជាអាចនឹងទទួលបានភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ **៧លាននាក់** យ៉ាងយូរនៅឆ្នាំ២០២៥ និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណ **១១លាននាក់** នៅឆ្នាំ២០២៣ ឡើងវិញ។ វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាត្រៀមនឹងងើបឡើងវិញអាចក្រោមទម្រង់ជាអក្សរ “U” សម្រាប់ទេសចរណ៍អន្តរជាតិ និងទម្រង់អក្សរ “V” សម្រាប់ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក។

ជំងឺកូវីដ-១៩ បានបង្កឱ្យមានវិបត្តិដែលមិនធ្លាប់កើតមានឡើង និងបានផ្តល់ការភ្ញាក់ផ្អើលយ៉ាងខ្លាំងសម្រាប់កម្ពុជា តំបន់ និងសកលលោក។ ផលប៉ះពាល់នៃជំងឺកូវីដ-១៩ បាននាំឱ្យភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិមកទស្សនាកម្ពុជាធ្លាក់ចុះ ៨០,២% និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកធ្លាក់ចុះក្នុងរង្វង់ប្រមាណ ២០% ជាមួយនឹងការខាតបង់ប្រាក់ចំណូលប្រមាណ ៣ ប៊ីលានដុល្លារអាម៉េរិក នៅឆ្នាំ២០២០ នេះ។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាដាក់ចេញ**ផែនទីចង្អុលផ្លូវស្តីពីផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩** ដោយបែងចែកជា ០៣ ដំណាក់កាល៖

១- ដំណាក់កាលទី១ (Resilience & Restart) : សំដៅការគ្រប់គ្រងវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ការស្តារទេសចរណ៍ឡើងវិញ (២០២០-២០២១) ពីព្រោះថាវិបត្តិនេះ បានផ្តល់នូវឱកាសឱ្យយើងពិចារណាឡើងវិញ នូវប្រព័ន្ធសម្រាប់ផ្តល់ឱ្យវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាកាន់តែឱ្យមានភាពធន់ និងប្រកបដោយនិរន្តរភាពសម្រាប់អនាគត។ ក្នុងដំណាក់កាលនេះ យើងត្រូវរួមគ្នាកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់នៃជំងឺឆ្លងកូវីដ-១៩ ឱ្យបានជាអតិបរមា។ ជាក់ស្តែងរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាក្រោមកិច្ចសហការជាមួយវិស័យឯកជន បានដាក់ចេញវិធានការជាច្រើនសំដៅ ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យអាជីវកម្ម**នៅរស់រាន** និងអាច**រក្សាការងារ**ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យមានភាពធន់ ហើយស្តែងចេញតាមរយៈ ការអន្តរាគមន៍របស់រាជរដ្ឋាភិបាលជា**បន្តបន្ទាប់ចំនួន ០៧ជុំ** រួចហើយ និងការជំរុញចលនា**ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក** អមជាមួយការដាក់ចេញនូវ **“វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍”**។

ក្នុងដំណាក់កាលនេះ ភាពជាដៃគូរដ្ឋ-ឯកជនដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការចូលរួមដល់យុទ្ធនាការទប់ស្កាត់ការឆ្លងជំងឺកូវីដ-១៩ ពិសេសត្រូវផ្តល់សេវាកម្មប្រកបដោយសុវត្ថិភាព ជាមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ពីព្រោះថា **ការបង្កើននូវភាពជឿទុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់** លើគ្រប់ខ្សែសង្វាក់នៃផលិតកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ គឺជាចំណុចគន្លឹះអាទិភាពសម្រាប់ការទាក់ទាញទេសចរណ៍។ ភាពជឿជាក់ និងភាពទុកចិត្តត្រូវគិតពី **ដើមខ្សែ ដល់ចុងខ្សែ** គិតចាប់ពីច្រកទ្វារអន្តរជាតិនៃប្រទេសដែលភ្ញៀវទេសចរបានចាកចេញរហូតដល់ច្រកទ្វារអន្តរជាតិនៅប្រទេសកម្ពុជា និងបន្តដល់សេវាកម្មស្នាក់នៅ ហូបចុក ធ្វើដំណើរ សកម្មភាពកម្សាន្តនានា រហូតដល់ការត្រឡប់ទៅប្រទេសខ្លួនវិញប្រកបដោយភាពកក់ក្តៅ។ ក្នុងន័យនេះ គ្រប់តួអង្គពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ត្រូវបន្តអនុវត្តឱ្យបានខ្ជាប់ខ្ជួនវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ និងវិធានសុខាភិបាលព្រោះថា **“អ្វីៗ នឹងមិនត្រឡប់ទៅរកសភាពដើមវិញទេ ដូចនេះយើងត្រូវចេះសម្របខ្លួនរៀនរស់ក្នុងសភាពថ្មីមួយ ពោលគឺត្រូវចេះរក្សាអនាម័យឱ្យបានខ្ជាប់ខ្ជួន និងមានការប្រយ័ត្នប្រយែង កុំធ្វេសប្រហែសឱ្យសោះ”**។ ទន្ទឹមនេះ ដើម្បីត្រៀមការស្តារឡើងវិញវិស័យទេសចរណ៍ រាជរដ្ឋាភិបាលបានសម្រេចវិនិយោគសាធារណៈ

ក្នុងការកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវនៅប៉ូលទេសចរណ៍អាទិភាព រួមមាន ផ្លូវ៣៤ខ្សែ នៅក្រុងព្រះសីហនុ និងគម្រោងផ្លូវ ៣៨ខ្សែនៅក្រុងសៀមរាប ដែលនឹងផ្តល់ផ្លែផ្កាដល់ការលើកកម្ពស់ភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍ចាប់ពីចុងឆ្នាំ២០២១ ជាពុំខាន។

២- ដំណាក់កាលទី២ (Recovery) : ដើម្បីស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (ឆ្នាំ២០២២-២០២៣) និងកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់នៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ឱ្យបានជាអតិបរមា រាជរដ្ឋាភិបាលនឹងបន្តផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ ជំនាញឌីជីថល និងជំនាញថ្មីៗឱ្យស្របតាមតម្រូវការទីផ្សារក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ និងការខិតខំលើកកម្ពស់កិត្យានុភាពកម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយសុវត្ថិភាពក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩។ ក្នុងដំណាក់កាលនេះ ដើម្បីបង្កើនឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែងទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងតំបន់ និងសកលលោក រាជរដ្ឋាភិបាលក៏នឹងបង្កើតកញ្ចប់មូលនិធិលើកស្ទួយ ដើម្បីគាំទ្រលើគម្រោងអាទិភាព ដូចជាការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ការពង្រឹងគុណភាពទេសចរណ៍ ការបង្កើតឱ្យមានសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅតាមប៉ូលទេសចរណ៍អាទិភាព ការលើកទឹកចិត្តដល់គំរូអាជីវកម្មទេសចរណ៍ថ្មីៗដែលមានភាពច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ ការលើកកម្ពស់ធុរកិច្ចថ្មីៗ ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ការចាប់យកបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល ការលើកកម្ពស់សមត្ថភាពទំនាក់ទំនងសាធារណៈ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍។ល។

៣- ដំណាក់កាលទី៣ (Relaunch) : ការរៀបចំឆ្ពោះទៅកាន់អនាគតថ្មី (ឆ្នាំ២០២៤-២០២៥) នៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា សំដៅទាញយកផលប្រយោជន៍ពីការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាឱ្យបានជាអតិបរមា ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ ឱ្យបានលើសមុនពេលវិបត្តិ ដោយចាប់យកឱកាសនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ កសាងអនាគតនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាឱ្យមាននិរន្តភាព គុណភាព និងឆ្លាតវៃ។

ជាថ្មីម្តងទៀត ក្នុងនាមរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ខ្ញុំសូមវាយតម្លៃខ្ពស់ចំពោះក្រសួងទេសចរណ៍ និងផ្នែកឯកជន បានសហការគ្នាធ្វើឱ្យឯកសារផែនទីចង្អុលផ្លូវនេះ បានលេចចេញជារូបរាង ហើយត្រូវបានអនុម័តនិងបានក្លាយជាឯកសារដ៏មានតម្លៃបំផុតសម្រាប់ជាតិយើង។ ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះ ខ្ញុំសូមអំពាវនាវគ្រប់ក្រសួង-ស្ថាប័ន អាជ្ញាធរដែនដីគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ ដៃគូអភិវឌ្ឍ អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ វិស័យឯកជន ក៏ដូចជាប្រជាជនទាំងអស់ សូមចូលរួមគាំទ្រ និងរួមចំណែកឱ្យបានសកម្មក្នុងការអនុវត្ត ផែនទីចង្អុលផ្លូវស្តីពីផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ នេះឱ្យទទួលបានជោគជ័យជាស្ថាពរ។

ខ្ញុំសូមអំពាវនាវឱ្យគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ វិស័យឯកជន ប្រជាពលរដ្ឋរួមគ្នាដើម្បី **"ប្រែក្លាយការគំរាមកំហែងពីជំងឺកូវីដ-១៩ ទៅជាឱកាសសម្រាប់ការកែទម្រង់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា"** និងស្នើឱ្យវិស័យឯកជនត្រូវពង្រឹងខ្លួនដើម្បីសម្របក្នុងបរិបទថ្មី ពិសេសត្រូវចាប់យកបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលក្នុងធុរកិច្ចរបស់ខ្លួនពីព្រោះថា បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលលែងជាជម្រើសទៀតហើយ ប៉ុន្តែគឺជាតម្រូវការចាំបាច់សម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។ **"ក្នុងកាលៈទេសៈនេះ យើងត្រូវរចេះ និងបង្កើនការទាក់ទាញយកប្រយោជន៍ពីបច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីជីវភាពប្រចាំថ្ងៃការដឹកនាំ ការសិក្សា ការបំពេញការងារ និងការធ្វើអាជីវកម្ម"**។

ខ្ញុំសង្ឃឹមយ៉ាងមុតមាំថា **ផែនទីចង្អុលផ្លូវនេះ** ក្លាយជាត្រីវិស័យក្នុងការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយចីរភាព គុណភាព សុវត្ថិភាព និរន្តរភាព ការទទួលខុសត្រូវ និងបរិយាបន្ន និងក្នុងបុព្វហេតុលើកកម្ពស់ថែមទៀតនូវកិត្យានុភាពកម្ពុជា **"កម្ពុជាៈ ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ - ផ្តល់ភាពកក់ក្តៅ"** ឱ្យក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍គុណភាពលំដាប់ពិភពលោកប្រកបដោយភាពជឿជាក់ និងទំនុកចិត្ត។

ថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំជូត ទោស័ក ព.ស.២៥៦៤

ធ្វើនៅរាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី ខែ ឆ្នាំ២០២១

ហ៊ុន សែន

មាតិកា

សេចក្តីផ្តើម.. ១

ជំពូកទី១: សេណារីយ៉ូនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩........................ ៦

១- ផលប៉ះពាល់នៃជំងឺកូវីដ-១៩ និងការវិភាគSWOT លើវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា........................ ៦

២- ជម្រើសសេណារីយ៉ូនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩........................ ១៥

ជំពូកទី២: ផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩.......... ២៤

១- ដំណាក់កាលទី១: ការគ្រប់គ្រងវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ការស្តារឡើងវិញ (២០២០-២០២១)........................ ២៦

២- ដំណាក់កាលទី២: ការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (២០២២-២០២៣)... ៦៣

៣- ដំណាក់កាលទី៣: ការរៀបចំឆ្ពោះទៅកាន់អនាគតថ្មីនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា(២០២៤-២០២៥)........................ ៨៥

ជំពូកទី៣ : យន្តការស្ថាប័ន និងគម្រោងកម្មវិធីអាទិភាព (២០២០-២០២៥)........................ **៩៥**

១- រចនាសម្ព័ន្ធនៃយន្តការស្ថាប័ន........................ ៩៦

២- កាតព្វកិច្ច និងភារកិច្ចរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធ........................ ៩៦

៣- គម្រោងកម្មវិធីអាទិភាព(២០២០-២០២៥)........................ ១០៣

៤- ហិរញ្ញប្បទានទ្រទ្រង់........................ ១០៤

៥- យន្តការតាមដាន និងត្រួតពិនិត្យ........................ ១០៤

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន........................ **១០៥**

ឧបសម្ព័ន្ធ........................ **១០៦**

១- តារាងគម្រោងកម្មវិធីអាទិភាពសម្រាប់ស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា(២០២០-២០២៥)... ១០៦

២- ស្ថិតិភ្ញៀវទេសចរជាតិ-អន្តរជាតិចាប់ពីថ្ងៃទី១៧-២១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២០ នាឱកាសឈប់សម្រាកសងពិធីបុណ្យចូលឆ្នាំប្រពៃណីជាតិខ្មែរ........................ ១៤២

៣- របាយការណ៍ស្ថិតិអាជីវកម្មទេសចរណ៍បានបិទ និងព្យួរទូទាំងប្រទេស ឆ្នាំ២០២០........................ ១៤៣

សេចក្ដីផ្ដើម

១- ស្ថានភាពទេសចរណ៍សកល តំបន់ និងកម្ពុជា

(១). ជំងឺកូវីដ-១៩ បាននឹងកំពុងគំរាមកំហែងដល់ការរស់នៅប្រចាំថ្ងៃ ទម្លាប់ ជីវភាព អាយុជីវិត សេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមទាំងមូលនៅលើសកលលោក។ មកដល់បច្ចុប្បន្ន គ្មាននរណាដឹងថា ពេលណាជំងឺកូវីដ-១៩ នេះនឹងបញ្ចប់នោះឡើយ ហើយក៏គ្មាននរណាអាចទស្សន៍ទាយ អំពីផលប៉ះពាល់ជំងឺនេះមកលើទិដ្ឋភាពនៃជីវភាពរស់នៅរបស់សង្គមជាតិនីមួយៗ ទាំងសេដ្ឋកិច្ច នយោបាយ និងរបៀបរបបសង្គមបានជាក់លាក់នោះដែរ។ ជំងឺកូវីដ-១៩ នេះបានបង្កផលប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងដល់វិស័យទេសចរណ៍សកលលោក។

ក- កម្រិតសកលលោក

(២). យោងតាមការវាយតម្លៃរបស់**អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក** (UNWTO) ផលប៉ះពាល់ទេសចរណ៍អន្តរជាតិនៅ **ឆ្នាំ២០២០** នេះមានការធ្លាក់ចុះក្នុងអត្រា **-៧៤%** ខាតបង់ប្រាក់ចំណូលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ **ប្រមាណ ១,៣ ទ្រីលានដុល្លារអាម៉េរិក** ស្មើនឹងការបាត់បង់ចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ **១,១២ ប៊ីលាននាក់** ដោយសារស្ថានភាពនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ មានការវិវត្តកាន់តែធ្ងន់ធ្ងរដែលបង្ខំឱ្យប្រទេសទាំងអស់ដាក់ចេញវិធានការរឹតត្បិតការធ្វើដំណើរ (Travel Restrictions)។ យោងតាមរបាយការណ៍ ប្រទេសដែលជាគោលដៅទេសចរណ៍ទាំងអស់ (១០០%) លើសកលលោកបានដាក់ចេញវិធានការរឹតត្បិតការធ្វើដំណើរ ក្នុងនោះ **៩៧ ប្រទេស (ស្មើ ៤៥%)** បានបិទទាំងស្រុង ឬមួយផ្នែកនៃច្រកព្រំដែនរបស់ខ្លួន **៦៥ ប្រទេស (ស្មើ ៣០%)** បានពន្យារទាំងស្រុង ឬមួយផ្នែកនៃជើងហោះហើរអន្តរជាតិ និង **៣៩ ប្រទេស (ស្មើ១៨%)** បានដាក់ចេញវិធានការរឹតត្បិតការចូលមកដល់របស់ភ្ញៀវទេសចរមកពីបណ្ដាប្រទេស ឬតំបន់មួយចំនួន។ ទន្ទឹមនឹងនោះ **អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក** បានស្នើឱ្យប្រទេសជាសមាជិកត្រូវមានការប្រុងប្រយ័ត្នចូលរួមទប់ស្កាត់ និងបង្ការការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ នេះ និងស្នើឱ្យវិស័យឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ត្រូវអនុវត្តតាមការណែនាំរបស់**អង្គការសុខភាពពិភពលោក (WHO)** ឬក្រសួងសុខាភិបាលតាមប្រទេសនីមួយៗឱ្យបានខ្ជាប់ខ្ជួន និងជាប្រចាំ។

(៣). យោងតាមរបាយការណ៍ថ្ងៃទី០៦ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២០ របស់**ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍ពិភពលោក (WTTC)** ដែលបានធ្វើការសិក្សា និងវាយតម្លៃឥទ្ធិពលនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ នេះបាននឹងកំពុងធ្វើឱ្យមានការបាត់បង់ការងារប្រមាណ **១៤២,៦ លានការងារ ស្មើនឹង ៤៣%** នៅក្នុងឧស្សាហកម្មធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សកលលោក និងប៉ះពាល់ដល់**ផលិតផលក្នុងស្រុកសកល** សរុបប្រមាណ **៣ ៨១៥ ប៊ីលានដុល្លារអាម៉េរិក**។ ការបាត់បង់ការងារនេះ បានធ្វើឱ្យមានការជះឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងទៅដល់វិស័យសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមជារួម តាមរយៈ**ឥទ្ធិពលដូមីណូ (Spillover Effect)** ដែលលើសពីឥទ្ធិពលអវិជ្ជមាននៅក្នុងវិស័យធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍ជាសកល។

(៤). ដោយឡែក យោងតាមរបាយការណ៍របស់ **អង្គការពលកម្មអន្តរជាតិ (ILO)** កាលពីថ្ងៃទី២៥ ខែមករា ឆ្នាំ២០២១ បានព្យាករណ៍ពីផលប៉ះពាល់នៃជំងឺកូវីដ-១៩ ដែលអាចបណ្ដាលឱ្យបាត់បង់ម៉ោងការងារសរុបប្រមាណ **៨,៨%** ស្មើនឹងប្រមាណ **២៥៥ លានការងារ** (ការងារពេញម៉ោង) **នៅឆ្នាំ២០២០**។

(៥). ជារួមក្នុង**ឆ្នាំ២០២០** ចំនួនភ្ញៀវទេសចរសកលលោកបានធ្លាក់ចុះយ៉ាងគំហុកគួរឱ្យកត់សម្គាល់ និងមិនដែលមានពីមុនមក។ ក្រុមអ្នកជំនាញរបស់**អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក**បានព្យាករណ៍ថាវិស័យទេសចរណ៍អាចនឹងត្រឡប់មកដូចឆ្នាំ២០១៩ វិញ ក្នុងចន្លោះពី **២ឆ្នាំកន្លះ ទៅ ៤ឆ្នាំ។**

ខ- កម្រិតតំបន់ (អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក និងអាស៊ាន)

(៦). នៅក្នុងកំលុងពេលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ប្រទេសនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក និងអាស៊ីភាគខាងកើត ក៏ដូចជាអាស៊ានបាននឹងកំពុងរងផលប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងលើវិស័យទេសចរណ៍។ យោងតាមរបាយការណ៍របស់**អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក** បានបញ្ជាក់ពីផលប៉ះពាល់ដែលបណ្តាលមកពីជំងឺកូវីដ-១៩ ថា តំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិកទទួលបានចំនួនភ្ញៀវទេសចរប្រមាណ **៥៧ លាននាក់ ថយចុះ -៨៤%** ដែលជាតំបន់ទទួលរងឥទ្ធិពលខ្លាំងជាងគេ និងជាតំបន់ដែលមានការរឹតត្បិតខ្លាំងជាងគេ។

(៧). នៅអាស៊ានផលប៉ះពាល់នៃជំងឺកូវីដ-១៩ បានជះឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងជាអវិជ្ជមានដល់វិស័យសេដ្ឋកិច្ចផ្លូវការ និងវិស័យសេដ្ឋកិច្ចក្រៅផ្លូវការ ជាពិសេសដល់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច។ ជាក់ស្តែង ឆ្នាំ២០២០ ទេសចរអន្តរជាតិមកទស្សនាតំបន់អាស៊ាន**ថយចុះរហូតដល់ ៨០,៥%** (ទទួលបានតែ ២៥,៩៦ លាននាក់) និងចំណូលពីទេសចរណ៍**ថយចុះរហូតដល់ ៧៥,៨%**។ ស្មើរតែមួយភាគបួន ឬ ២១,៥% នៃភ្ញៀវទេសចរមកទស្សនាអាស៊ាន គឺមកពីប្រទេសចិន ហើយការបិទប្រទេស និងការលុបចោលជើងហោះហើរបានប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងដល់តំបន់នេះ។ បន្ថែមពីនេះ ការភ័យខ្លាចនៃការឆ្លងរីករាលដាល ការរឹតត្បិតការធ្វើដំណើរត្រូវបានដាក់អនុវត្តដោយរដ្ឋជាសមាជិកអាស៊ានបានប៉ះពាល់ និងរារាំងការធ្វើដំណើរបន្ថែមទៀត។

(៨). វិស័យដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាសកំពុងជួបវិបត្តិធំបំផុតក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្ររបស់ខ្លួនជាមួយនឹងតម្រូវការធ្វើដំណើរបន្តធ្លាក់ចុះខ្លាំងដោយសារការរីករាលដាលយ៉ាងលឿននៃជំងឺកូវីដ-១៩ ការរឹតត្បិតការធ្វើដំណើរដោយរដ្ឋាភិបាលនីមួយៗ ការបិទព្រំដែន និងការធ្លាក់ចុះនូវទំនុកចិត្តក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម។ ជាទូទៅ វិស័យទេសចរណ៍អាស៊ានតែងតែងើបឡើងវិញ និងស្តារឡើងវិញបន្ទាប់ពីមានការប៉ះទង្គិចធ្ងន់ធ្ងរនាពេលកន្លងមក ដូចជា ការផ្ទុះឡើងនៃជំងឺសារនៅឆ្នាំ២០០៣ និងវិបត្តិហិរញ្ញវត្ថុពិភពលោកឆ្នាំ២០០៨-២០០៩ ប៉ុន្តែការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ នាពេលនេះគឺមិនធ្លាប់មាន និងវិវឌ្ឍន៍យ៉ាងលឿនដែលធ្វើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍នៅតែប្រឈមភាពមិនច្បាស់លាស់។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានបានដាក់ចេញនូវគោលនយោបាយ និងវិធានការមួយចំនួនដើម្បីគាំទ្រដល់វិស័យទេសចរណ៍ និងវិស័យពាក់ព័ន្ធនឹងទេសចរណ៍សម្រាប់ដំណាក់កាលចំពោះមុខក៏ដូចជាផែនការសម្រាប់ដំណាក់កាលស្តារឡើងវិញ។ ជាមួយនឹងភាពមិនប្រាកដប្រជាជុំវិញការផ្ទុះឡើងនៃជំងឺកូវីដ-១៩ និងការព្រួយបារម្ភកាន់តែខ្លាំងឡើងនៃផលប៉ះពាល់បន្ថែមទៀតលើសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម ប្រទេសសមាជិកអាស៊ានបានដាក់ចេញកញ្ចប់ជំរុញសេដ្ឋកិច្ចជាច្រើនចាប់តាំងពីខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០២០ ដើម្បីកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់នៃការផ្ទុះឡើងនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ។

គ- កម្រិតថ្នាក់ជាតិ (កម្ពុជា)

(៩).វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាឆ្នាំ២០២០ នេះបាននឹងកំពុងជួបប្រទះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានថ្មីមួយទៀតដែលបណ្តាលមកពីវិបត្តិនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ដែលបានកំពុងជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានយ៉ាងខ្លាំង ជាក់ស្តែង នៅក្នុងឆ្នាំ២០២០

កម្ពុជាទទួលបានភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិចំនួន **១,៣ លាននាក់ ថយចុះ -៨០,២%** ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នាឆ្នាំ ២០១៩។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០២០ ការធ្លាក់ភ្ញៀវទេសចរនេះមានផលប៉ះពាល់ជាច្រើនដល់ដំណើរការអាជីវកម្មទេសចរណ៍។

(១០). ទោះបីជាវិស័យទេសចរណ៍អន្តរជាតិបាននឹងកំពុងទទួលរងឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងពីវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ក៏ដោយ យើងសង្កេតឃើញចំនួនភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកមានផលប៉ះពាល់តិចតួច នៅក្នុងឆ្នាំ២០២០ នេះ ដោយភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកដែលបានធ្វើដំណើរកម្សាន្តទូទាំងប្រទេសមានចំនួនសរុប **៩,០៤ លាននាក់ ថយចុះ -២០% ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នាឆ្នាំ២០១៩។**

២- ចក្ខុវិស័យ

(១១). ផែនទីចង្អុលផ្លូវកំណត់នូវចក្ខុវិស័យក្នុងការប្រែក្លាយការគំរាមកំហែងពីវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ទៅជាឱកាសសម្រាប់ការកែទម្រង់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍គុណភាព សុវត្ថិភាព និងនិរន្តរភាព ដោយយកមកវិញនូវ**ចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ ៧លាននាក់ យ៉ាងយូរនៅឆ្នាំ២០២៥ និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកចំនួន ១១លាននាក់ នៅឆ្នាំ២០២៣។**

៣- គោលបំណង និងគោលដៅ

ក- គោលបំណង

(១២). ដើម្បីសម្រេចបាននូវចក្ខុវិស័យខាងលើ ផែនទីចង្អុលផ្លូវនេះកំណត់នូវ**គោលបំណង** ដូចខាងក្រោម÷

- ស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយជំងឺកូវីដ-១៩
- កាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់នៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ លើឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍កម្ពុជាឱ្យបានជាអតិបរមា
- ទាញយកផលប្រយោជន៍ បង្កើតការងារថ្មីៗពីផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍មួយចំនួនដែលមានសក្តានុពលក្នុងដំណាក់កាលនៃការរីករាលដាលជំងឺកូវីដ-១៩
- ជំរុញឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែងទេសចរណ៍លើឆាកតំបន់ និងអន្តរជាតិ
- លើកកម្ពស់កិត្យានុភាពកម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយសុវត្ថិភាពក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩។

ខ- គោលដៅ

(១៣). ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលបំណងខាងលើ ផែនទីចង្អុលផ្លូវនេះបានដាក់ចេញជា **គោលដៅ** ដូចខាងក្រោម÷

- អភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍ និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ថ្មីៗប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍
- ពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍ឱ្យស្របតាមស្តង់ដាថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់តំបន់
- ជំរុញការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ ជំនាញបន្ថែម និងជំនាញថ្មីៗឱ្យស្របតាមតម្រូវការទីផ្សារក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩
- សម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ឱ្យមានភាពបត់បែន និងងាយស្រួល

- ពង្រឹងសមត្ថភាពផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាទៅកាន់ទីផ្សារអន្តរជាតិ និងតំបន់ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ តាមរយៈការរៀបចំ និងលើកកម្ពស់ការផ្សព្វផ្សាយព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍សំខាន់ៗឱ្យកាន់តែមានភាពទាក់ទាញ ការវិនិយោគលើទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗ និងក៏ដូចជាការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍តាមបែបទំនើបស្របតាមបរិបទបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤
- ជំរុញការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាក្នុងវិស័យទេសចរណ៍
- ដាក់ចេញគោលនយោបាយពិសេសចាំបាច់មួយចំនួនបម្រើឱ្យការទាក់ទាញវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងបរិបទថ្មី
- ពង្រឹងយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ឡើងវិញស្របតាមបរិបទនៃរបៀបការងារ និងធុរកិច្ចក្នុងបរិបទថ្មី។

ជំពូកទី១

សេណារីយ៉ូនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩

១- ផលប៉ះពាល់នៃជំងឺកូវីដ-១៩ និងការវិភាគ SWOT លើវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

២- ជម្រើសសេណារីយ៉ូនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩

ជំពូកទី១: សេណារីយ៉ូនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩

១- ផលប៉ះពាល់នៃជំងឺកូវីដ-១៩ និងការវិភាគ SWOT លើវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

ក- ផលប៉ះពាល់នៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ លើវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

(១៤). ស្ថានភាពនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជានៅឆ្នាំ២០២០ កំពុងស្ថិតក្នុងដំណាក់កាល "**បញ្ហាប្រឈមផង និងកាលានុវត្តភាពផង**"។ ជាក់ស្តែង សម្រាប់**វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ២០២០** គឺ÷

- **ទេសចរអន្តរជាតិ**

(១៥). ក្នុងឆ្នាំ២០២០ កម្ពុជាទទួលបានភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ **ចំនួន ១,៣១ លាននាក់ ថយចុះ -៨០,២%** ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នានៅឆ្នាំ២០១៩។ ស្ថិតក្នុងស្ថានភាពមិនច្បាស់នៃជំងឺកូវីដ-១៩ ក្នុងឆ្នាំ២០២០ កម្ពុជាទទួលរងផលប៉ះពាល់នៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ មានដូចជា÷

(១). ខាតបង់ចំណូលទេសចរណ៍អន្តរជាតិប្រមាណ **៣ ប៊ីលានដុល្លារអាម៉េរិក** (ប៉ាន់ស្មាន)

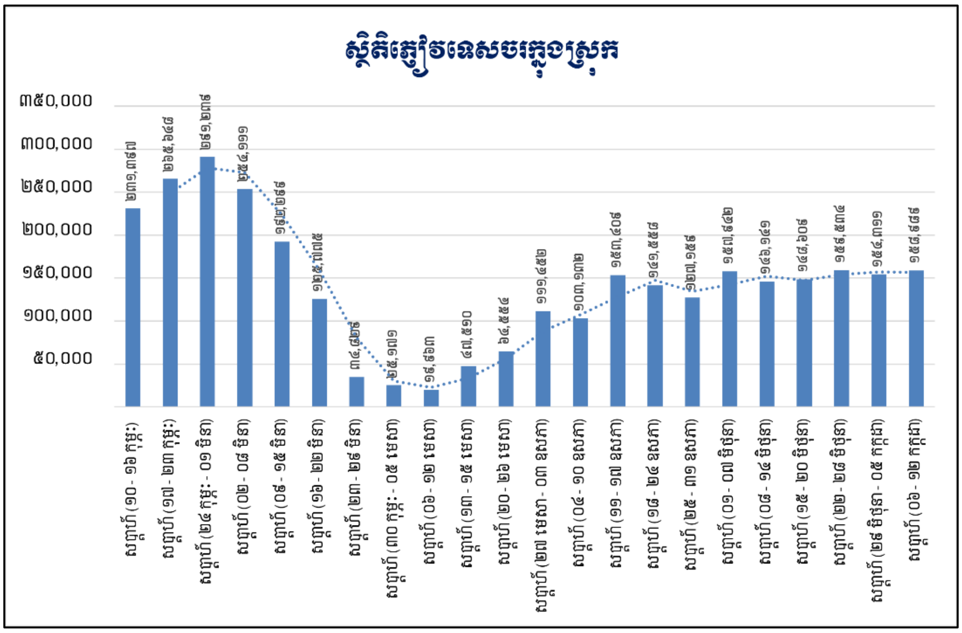
(២). រួមចំណែកក្នុង**ផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប** អាចថយចុះជាង **១៣%** មកក្រោម **១០%** (ប៉ាន់ស្មាន)

(៣). មូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ **៣ ៤២៩ ទីតាំង** ត្រូវបានបិទ និងផ្អាកដំណើរការ រួមមានសណ្ឋាគារ ផ្ទះភ្ញៀវ ភោជនីយដ្ឋាន ម៉ាស្សា-ស្ប៉ា ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ កីឡាទេសចរណ៍ និងអាជីវកម្មខារ៉ាអូខេ រង្គសាល ឌីស្កូតែក បៀហ្គាឌិន

(៤). បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ជាង **៥៤ ២៥៣ នាក់** (ស្មើប្រមាណ **៤៣,៧%**) ត្រូវបានបញ្ឈប់ការងារ។

- **ទេសចរក្នុងស្រុក**

រូបភាពទី១ : ស្ថិតិភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក



(ប្រភព : ក្រសួងទេសចរណ៍)

(**១៦**). យោងតាមទិន្នន័យរបស់ក្រសួងទេសចរណ៍ បានបង្ហាញថាចលនានៃភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក ក្នុង **រយៈពេល២ខែដំបូង នៃឆ្នាំ២០២០** (ខែមករា ដល់ខែកុម្ភៈ) ស្ថានភាពទេសចរណ៍នៅមានសភាពជាធម្មតានៅឡើយ ខណៈដែលជំងឺកូវីដ-១៩ នៅមិនទាន់មានការកើនឡើងនៅក្នុងប្រទេស ក្នុងនោះមានភ្ញៀវជាតិមាន **ចំនួន ១ ៦០៣៩៣១នាក់** ថយចុះ **-១,៦%** និងភ្ញៀវទេសចរបរទេសដែលរស់នៅក្នុងស្រុកមាន**ចំនួន ១ ១៦៧ ៥៥៦នាក់** ថយចុះ **-២០,២%** ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នានៅឆ្នាំ២០១៩។

(**១៧**). មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះ ក្នុងខែមេសា ឆ្នាំ២០២០ ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក មានការធ្លាក់ចុះយ៉ាងគំហុក ដោយសារវិបត្តិនៃជំងឺកូវីដ-១៩ នេះ ដែលមានការកើនឡើងនៃករណីនាំចូលមកក្នុងប្រទេស ដោយមានភ្ញៀវទេសចរជាតិត្រឹមចំនួន ១០៦ ៤០៧នាក់ ថយចុះ -៩៣,២% និងភ្ញៀវទេសចរបរទេសដែលរស់នៅក្នុងស្រុកមានចំនួន ២៤ ៨៥៤នាក់ ថយចុះ -៩៦,២% ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នានៅឆ្នាំ២០១៩។ ឆ្លើយតបនឹងការធ្លាក់ចុះនៃភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក និងប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ក្រសួងទេសចរណ៍បានដាក់ចេញនូវវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ ប្រព័ន្ធចុះបញ្ជីស្នាក់នៅ ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកក្នុងសេវាកម្មទេសចរណ៍ និងយុទ្ធនាការនានា ដើម្បីជាការផ្តល់នូវទំនុកចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរ និងឈានដល់ការកសាងទំនុកចិត្តពីភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិនាពេលអនាគត។ ដោយមានការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងស្របតាមវិធានសុវត្ថិភាពរបស់ក្រសួងសុខាភិបាល ក៏ដូចជាការដាក់ចេញនូវគោលនយោបាយអន្តរាគមន៍ និងការអនុវត្តបានយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព យើងសង្កេតឃើញថាកំណើនភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក មានការកើនឡើងមកវិញចាប់ពីខែឧសភា ដល់ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២០។

(**១៨**). គិតត្រឹមខែឧសភា ឆ្នាំ២០២០ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក ក្នុងនោះមានភ្ញៀវទេសចរជាតិមានចំនួន ២ ៥៨៤ ៣១៨នាក់ ថយចុះមកត្រឹម -៥០,១% និងភ្ញៀវទេសចរបរទេសដែលរស់នៅក្នុងស្រុកមានចំនួន ១ ៥០៦ ០៣០នាក់ ថយចុះ -៦២,២% ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នានៅឆ្នាំ២០១៩។

(**១៩**). សម្រាប់រយៈពេលពីរសប្តាហ៍ដើមខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២០ ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកដែលបានធ្វើដំណើរកម្សាន្តនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នានាទូទាំងប្រទេស មានចំនួនសរុបប្រមាណ ៣១៣ ៣០០នាក់ កើនឡើងប្រមាណ ១,៦៧% ធៀបនឹងរយៈពេលពីរសប្តាហ៍ចុងខែមិថុនាកន្លងមក ក្នុងនោះ ភ្ញៀវទេសចរជាតិមានចំនួន ៣០៧ ៨០៩នាក់ កើនឡើង ២,៥៤% និងភ្ញៀវទេសចរបរទេសដែលរស់នៅក្នុងស្រុកមានចំនួន ៥ ៤៩១នាក់ ថយចុះប្រមាណ -៣០,៨៩%។ ចំនួនភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកហាក់បានមកដល់ចំណុចថេរមួយដែលកើនឡើង ឬថយចុះក្នុងរង្វង់ប្រមាណ ៥% ហើយចំនួនភ្ញៀវទេសចរសរុបស្ថិតក្នុងរង្វង់ ៦០-៦៥ម៉ឺននាក់ ក្នុងមួយខែ ឬស្មើនឹង ៦០%-៦៥% នៃភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកសរុបមុនស្ថានភាពមានវិបត្តិកូវីដ-១៩ ថយចុះប្រមាណ -៣៥ ទៅ -៤០% ប្រៀបធៀបមុនវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩។

(**២០**). ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ យើងសង្កេតឃើញថា ការកើនឡើងនេះមានកម្រិតថេរ ដែលបណ្តាលមកពីខេត្តសៀមរាបដែលធ្លាប់ជាគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ នៅមិនទាន់អាចទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរដូចស្ថានភាពដើម។ ក្នុងករណីនេះ បើសិនខេត្តសៀមរាប ងើបឡើងប្រហាក់ប្រហែលនឹងខេត្តផ្សេង នោះចំនួនភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកអាចនឹងហក់ឡើងមកដលចំណុច ៨៥%-៩០%។

(**២១**). ជាក់ស្តែង បន្ទាប់ពីឈប់សម្រាកសងនៃពិធីបុណ្យចូលឆ្នាំប្រពៃណីខ្មែរ រយៈពេលចំនួន ០៥ ថ្ងៃ (ថ្ងៃទី១៧-២១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២០) ភ្ញៀវទេសចរដែលបានធ្វើដំណើរកម្សាន្តនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នានាទូទាំងប្រទេស មានចំនួនស្ទុះឡើងគួរឱ្យគត់សម្គាល់ប្រមាណ ១,៤៥លាននាក់ (ភ្ញៀវទេសចរជាតិ ១,៤៤លាននាក់ និងភ្ញៀវទេសចរបរទេសដែលរស់នៅក្នុងស្រុក ១៤ម៉ឺននាក់)។ ដោយឡែកបើគិតត្រឹមរយៈពេល៩ថ្ងៃ (សៅរ៍-អាទិត្យ មុននិងក្រោយ នៃថ្ងៃសងពិធីបុណ្យចូលឆ្នាំប្រពៃណីខ្មែរ) មានចំនួនប្រមាណ ២លាននាក់។

(**២២**). បន្ថែមពីនេះ តាមរយៈការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរ ដោយក្នុងរយៈពេល ០៥ថ្ងៃ នេះ ការចំណាយសរុបជាមធ្យម របស់ភ្ញៀវទេសចរ មានដូចជាការទិញសំបុត្រ ការដឹកជញ្ជូន ការស្នាក់នៅ ការហូបចុក និងចំណាយផ្សេងៗទៀត មានចំនួនប្រមាណ ១០៣ លានដុល្លារអាម៉េរិក ក្នុងនោះ: ចំពោះភ្ញៀវទេសចរជាតិ ចំណាយសរុបប្រមាណ ១០០លានដុល្លារអាម៉េរិក (៧០$/ម្នាក់), ភ្ញៀវទេសចរបរទេសដែលរស់នៅក្នុងស្រុក ចំណាយសរុបប្រមាណ ២,៨២លានដុល្លារអាម៉េរិក (២០០$/ម្នាក់)។

(**២៣**). នេះបញ្ជាក់ពីផលវិជ្ជមាននៃទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ដែលជួយលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ។

- ## ផលប៉ះពាល់លើអាជីវកម្មទេសចរណ៍

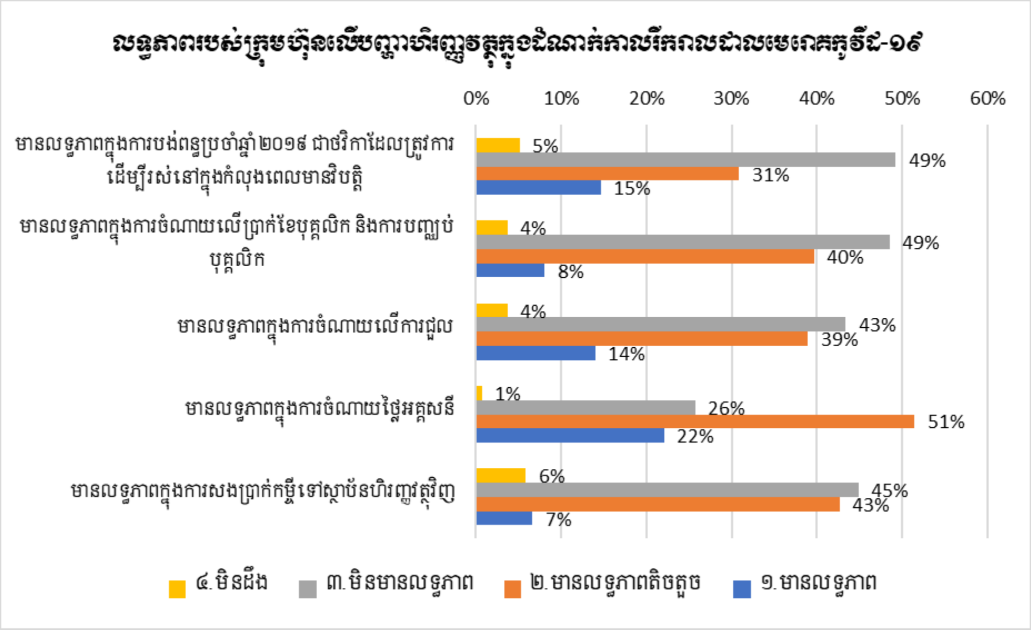
(**២៤**). គិតត្រឹមខែមីនា-ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២០ អាជីវកម្មបិទទ្វារសរុបចំនួន ២ ៨៣៨ទីតាំង ស្មើនឹង ២៩,៦% និងប៉ះពាល់ការងារផ្ទាល់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ចំនួន ៥០ ៩៩៦នាក់ ស្មើនឹង ៤៥,២%។

(**២៥**). គិតត្រឹមខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២០ យើងឃើញថាអាជីវកម្មនៅតែបន្តបិទ/ផ្អាកដំណើរសរុបចំនួន ៣ ៤២៩ ទីតាំង ស្មើនឹង ៣៣,១% និងប៉ះពាល់ការងារផ្ទាល់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍សរុបចំនួន ៥៤ ២៥៣នាក់ ស្មើនឹង ៤៣,៧%។

(**២៦**). ក្នុងដំណាក់កាលនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ក្រុមហ៊ុនភាគច្រើនមិនមានលទ្ធភាពក្នុងការបង់ពន្ធ និងមួយចំនួនទៀតមានលទ្ធភាពតិចតួច។ យោងតាមរបាយការណ៍ ស្តីពី ការស្ទង់មតិ ស្ថានភាពអាជីវកម្មទេសចរណ៍នៅក្នុងកំលុងពេលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩[1] ដែលបានសិក្សាលើផលប៉ះពាល់នៃអាជីវកម្មក្នុងកំលុងពេលកូវីដ-១៩ និងផលប៉ះពាល់លើហិរញ្ញវត្ថុ ក្រុមហ៊ុនភាគច្រើនជួបបញ្ហាលើលទ្ធភាពការចំណាយលើប្រាក់ខែបុគ្គលិក (ក្រុមហ៊ុនចំនួន ៤៩% មិនមានលទ្ធភាពចំណាយលើប្រាក់ខែបុគ្គលិក និងតែ ៨% ប៉ុណ្ណោះដែលមានលទ្ធភាពចំណាយលើប្រាក់ខែបុគ្គលិក) ថ្លៃជួលទីតាំង (ក្រុមហ៊ុនចំនួន ៤៣% មិនមានលទ្ធភាពចំណាយលើថ្លៃជួលទីតាំង និងតែ ១៤% ប៉ុណ្ណោះដែលមានលទ្ធភាពចំណាយលើថ្លៃជួលទីតាំង) ថ្លៃអគ្គិសនី (ក្រុមហ៊ុនចំនួន ២៦% មិនមានលទ្ធភាពចំណាយលើថ្លៃបង់អគ្គិសនី, ២២% ដែលមានលទ្ធភាពចំណាយលើថ្លៃជួលទីតាំង និង៥១% មានលទ្ធភាពតិចតួចចំណាយលើថ្លៃបង់អគ្គិសនី) និងមិនមានលទ្ធភាពសងប្រាក់កម្ចី (ក្រុមហ៊ុនចំនួន ៤៥% មិនមានលទ្ធភាពចំណាយលើថ្លៃបង់ប្រាក់កម្ចី, ៧% ដែលមានលទ្ធភាពចំណាយលើថ្លៃបង់ប្រាក់កម្ចី និង៤៣% មានលទ្ធភាពតិចតួចចំណាយលើថ្លៃបង់ប្រាក់កម្ចី)។

[1] អាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលចូលរួមស្ទង់មតិសរុបមានចំនួន ១៩៥អាជីវកម្ម។

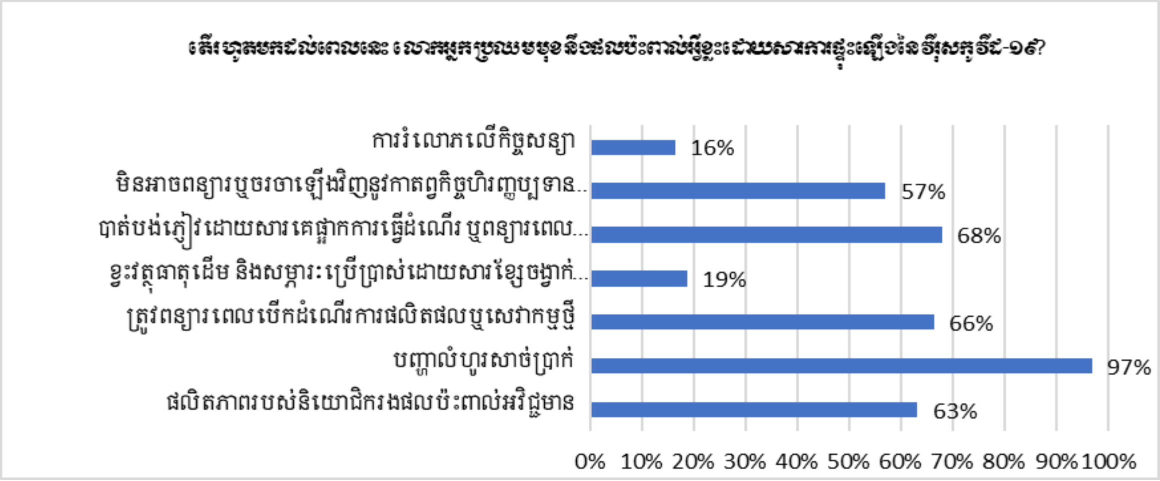
រូបភាពទី២ : លទ្ធភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនលើបញ្ហាហិរញ្ញវត្ថុក្នុងដំណាក់កាលរីករាលដាលជំងឺកូវីដ-១៩



(ប្រភព : អគ្គនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍)

(**២៧**). មូលហេតុចំបងនៃបញ្ហានេះគឺ **រំហូរសាច់ប្រាក់** ដែលក្រុមហ៊ុន**ចំនួន ៩៧%** បាននឹងកំពុងជួបប្រទះក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ដែលបណ្តាលមកពីការលក់ធ្លាក់ចុះយ៉ាងគំហុកនាំឱ្យ**បាត់បង់ប្រាក់ចំណូល** និងបញ្ហាប្រឈមផ្សេងទៀតដែលក្រុមហ៊ុនបាននិងកំពុងជួបប្រទះមានដូចជា ការបាត់បង់ភ្ញៀវដោយសារការផ្អាកការធ្វើដំណើរ ឬពន្យារពេលធ្វើដំណើរដោយខ្លាចឆ្លងវីរុស (**ចំនួន ៦៨%**), ការពន្យារពេលបើកដំណើរការផលិតផល ឬសេវាកម្មថ្មី (**ចំនួន ៦៦%**), ផលិតភាពរបស់និយោជិត រងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន (**ចំនួន ៦៣%**), មិនអាចពន្យារ ឬចរចារឡើងវិញនូវកាតព្វកិច្ចហិរញ្ញប្បទាន បំណុល (**ចំនួន ៥៧%**)។

រូបភាពទី៣ : បញ្ហាប្រឈមមុខ និងផលប៉ះពាល់ ដោយសារការផ្ទុះឡើងនៃ វីករាលដាលជំងឺកូវីដ-១៩

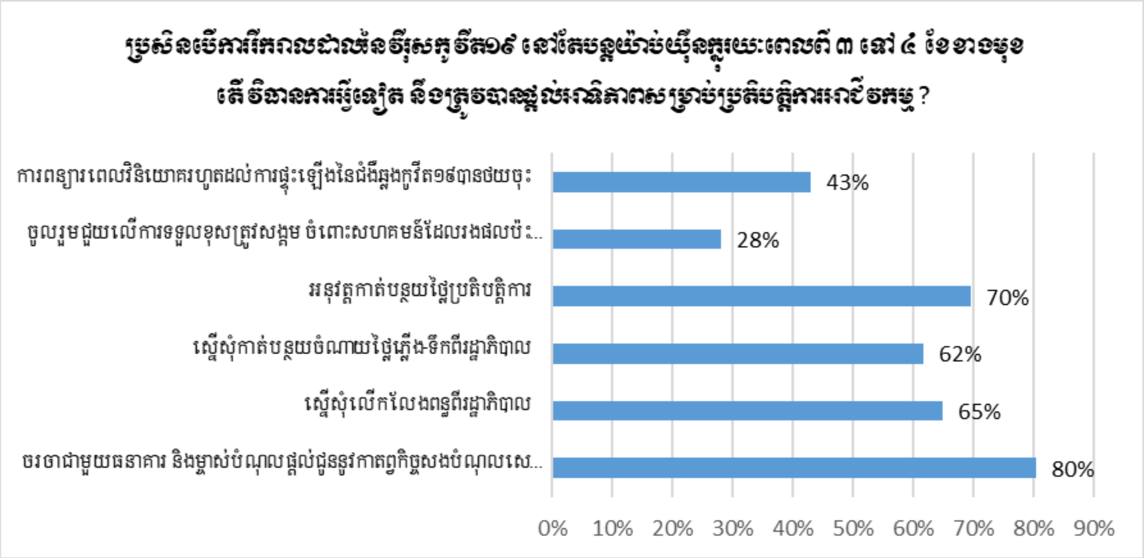


(ប្រភព : អគ្គនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍)

(**២៨**). ដូចនេះ បើវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នៅតែបន្តក្នុងរយៈពេលវែង ក្រុមហ៊ុនរំពឹងថាវិធានការដែលជាអាទិភាពមានដូចជា ការចរចារជាមួយធនាគារ និងម្ចាស់បំណុលផ្តល់ជូននូវកាតព្វកិច្ចសងបំណុលសេវាកម្ម

(ចំនួន ៨០%), អនុវត្តកាត់បន្ថយថ្លៃប្រតិបត្តិការ **(ចំនួន ៧០%)**, ស្នើសុំលើកលែងពន្ធពីរាជរដ្ឋាភិបាល **(ចំនួន ៦៥%)** និងស្នើសុំកាត់បន្ថយចំណាយថ្លៃភ្លើង-ទឹកពីរាជរដ្ឋាភិបាល **(ចំនួន ៦២%)**។

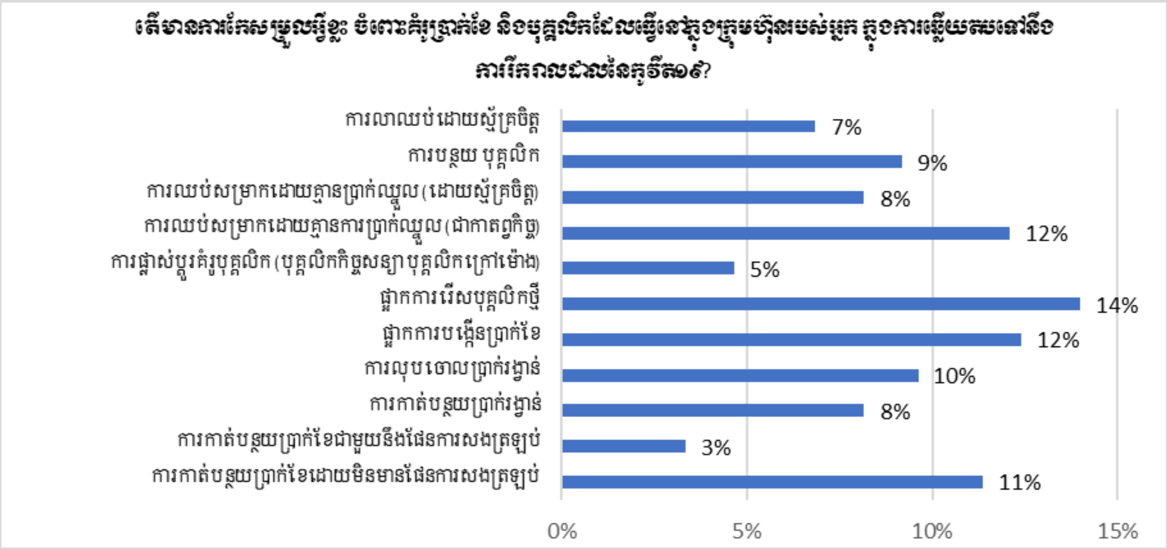
<u>**រូបភាពទី៤ : វិធានការអាទិភាពសម្រាប់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម**</u>



(ប្រភព : អគ្គនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍)

(២៩). ក្នុងនោះ បុគ្គលិកនៅតាមបណ្តាលមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទទួលរងផលប៉ះពាល់ពីក្រុមហ៊ុន រួមមានផ្អាកការរើសបុគ្គលិកថ្មី **(ចំនួន ១៤%)**, ផ្អាកការឈប់សម្រាកដោយគ្មានការប្រាក់ឈ្នួល និងផ្អាកការបង្កើនប្រាក់ខែ **(ចំនួន ១២%)**, កាត់បន្ថយប្រាក់ខែដោយមិនមានផែនការសងត្រឡប់ **(ចំនួន ១១%)**, ការបន្ថយប្រាក់រង្វាន់ **(ចំនួន ១០%)** និងកាត់បន្ថយបុគ្គលិក **(ចំនួន ៩%)**។

<u>**រូបភាពទី៥ : លទ្ធភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនលើបញ្ហាហិរញ្ញវត្ថុក្នុងដំណាក់កាលរីករាលដាលជំងឺកូវីដ-១៩**</u>

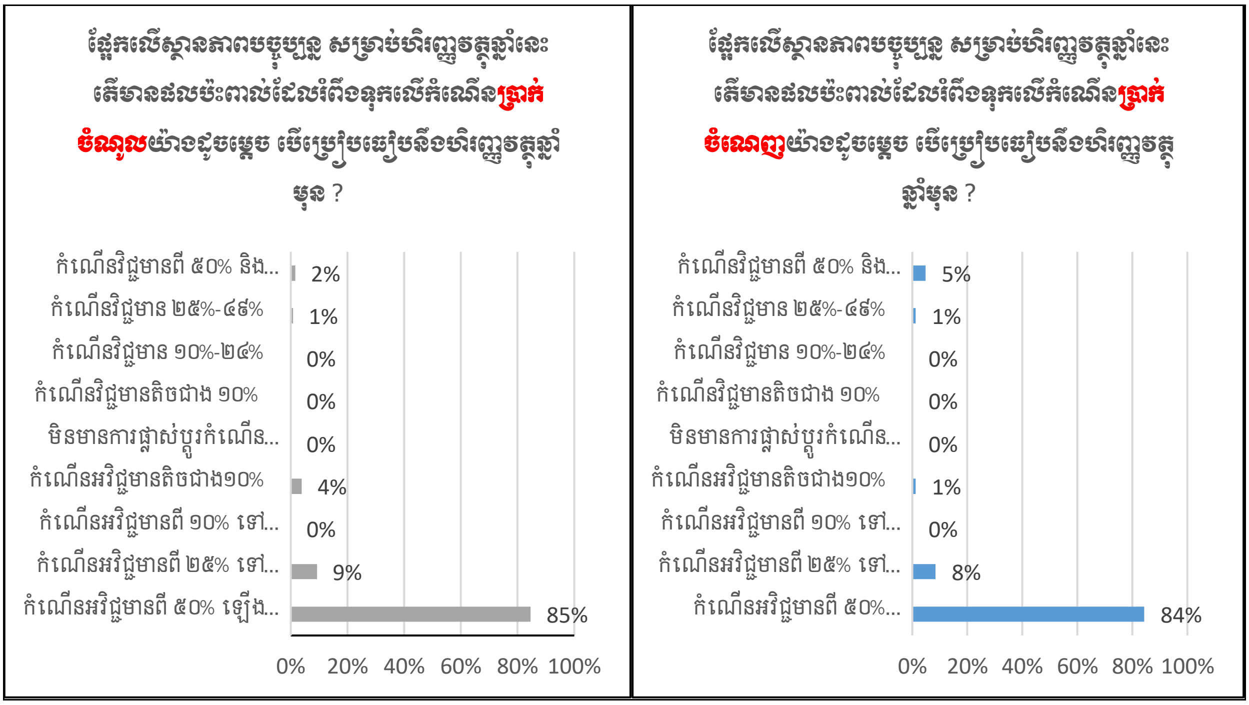


(ប្រភព : អគ្គនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍)

(៣០). ជារួមមានផលប៉ះពាល់ធ្ងន់ធ្ងរទៅលើហិរញ្ញវត្ថុជាប្រាក់ចំណូលនេះធៀបទៅនឹងឆ្នាំមុន គឺកំណើនអវិជ្ជមានដល់ទៅជាង ៥០% មាន **(ចំនួន ៨៥%)** នៃក្រុមហ៊ុន ដោយមានក្រុមហ៊ុនតែ **(ចំនួន**

៩%) ដែលមានកំណើនអវិជ្ជមានពី ២៥%ទៅ ៤៩%។ ដូចនេះ ប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុនធ្លាក់ចុះយ៉ាងខ្លាំងដែរ (**ចំនួន ៨៤%**) នៃក្រុមហ៊ុនមានកំណើនអវិជ្ជមាននៃប្រាក់ចំណេញដល់ទៅលើសពី ៥០%។

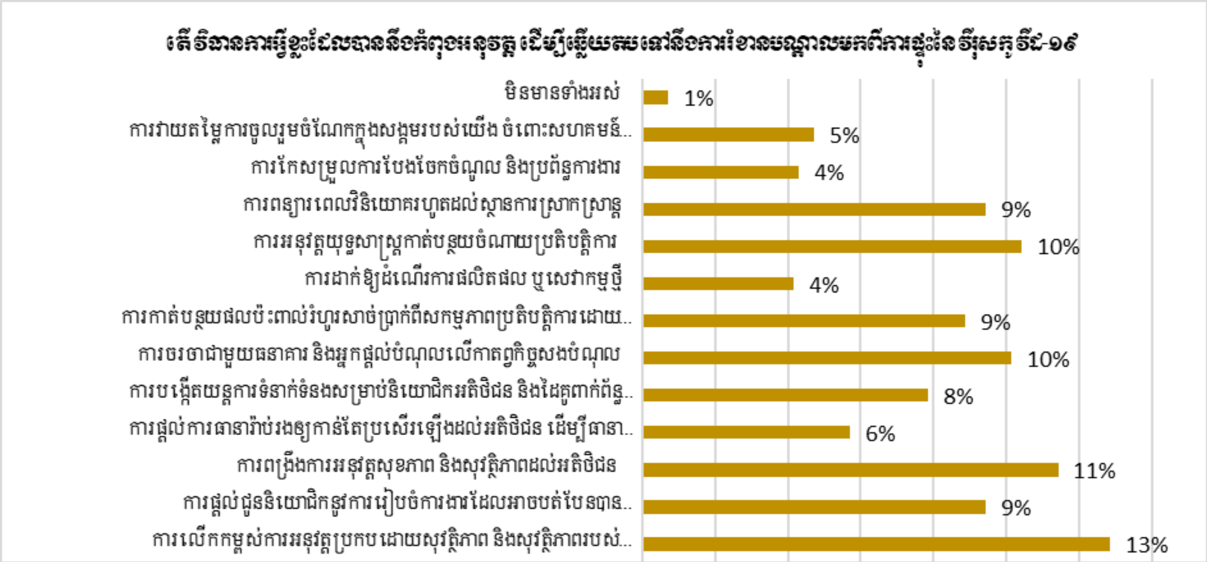
<u>រូបភាពទី៦: ផលប៉ះពាល់ដែលរំពឹងទុកលើកំណើនប្រាក់ចំណូល និងចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងដំណាក់កាលរីករាលដាលជំងឺកូវីដ-១៩</u>



(ប្រភព : អគ្គនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍)

(**៣១**). ក្នុងករណីនេះ វិធានការដែលក្រុមហ៊ុននឹងកំពុងអនុវត្ត ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងផលប៉ះពាល់ដែលបណ្តាលមកពីការផ្ទុះនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ មានដូចជា ពង្រឹងអនុវត្តសុខភាព និងសុវត្ថិភាពដល់អតិថិជន (**ចំនួន ១១%**), ការលើកកម្ពស់ការអនុវត្តប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និងសុវត្ថិភាពរបស់និយោជិក (**ចំនួន ១៣%**), អនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រកាត់បន្ថយចំណាយប្រតិបត្តិការ (**ចំនួន ១០%**), ចរចាជាមួយធនាគារ និងអ្នកផ្តល់បំណុលលើកាតព្វកិច្ចសងបំណុល (**ចំនួន ១០%**)។

<u>រូបភាពទី៧ : វិធានការដែលក្រុមហ៊ុនកំពុងអនុវត្ត និងឆ្លើយតបទៅនឹងការរីករាលដាលជំងឺកូវីដ-១៩</u>



(ប្រភព : អគ្គនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍)

(**៣២**). **ក្នុងនោះវិស័យឯកជនស្នើឡើងនូវអនុសាសន៍មួយចំនួន÷**

- ចូលរួមជាមួយរដ្ឋាភិបាល ក្រសួងទេសចរណ៍ លើកកម្ពស់វិស័យទេសចរណ៍ ដូចជា ការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន អនុវត្តកម្មវិធីឌីជីថល ការបណ្តុះបណ្តាល និងការសិក្សាស្រាវជ្រាវ
- រៀបចំនយោបាយទីផ្សារប្រកបដោយនវានុវត្តន៍ និងទំនើបកម្ម
- រៀបចំកម្មវិធីជំរុញទំនាក់ទំនងល្អជាមួយអតិថិជន និងការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន
- រៀបចំនយោបាយលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកដើម្បីបង្កើនផលិតភាព និងរក្សាបុគ្គលិក
- បង្កើនវិនិយោគលើបច្ចេកវិទ្យាបន្ថែម ដើម្បីបង្កើនទីផ្សារ និងប្រសិទ្ធភាពការងារ
- លទ្ធភាពអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផល ឬសេវាកម្មប្រកបដោយនវានុវត្តន៍។

ខ- ការវិភាគចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩

(**៣៣**). ឆ្នាំ២០២០ នេះបាននឹងកំពុងនាំមកនូវបញ្ហាប្រឈមយ៉ាងខ្លាំង ជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានដល់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាមិនធ្លាប់មានក្នុងរយៈពេល ៣០ឆ្នាំ ចុងក្រោយ។ សកលលោកបាននឹងកំពុងជួបប្រទះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានជាច្រើនដែលបណ្តាលមកពីវិបត្តិនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ជាពិសេសដល់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា តំបន់ និងសកលលោក។ ប៉ុន្តែចំណុចនេះក៏បានឆ្លុះបញ្ចាំងឱ្យឃើញអំពីតួនាទីដ៏មានសារៈសំខាន់របស់វិស័យទេសចរណ៍ក្នុងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម ក៏ដូចជាឥទ្ធិពលដែលមានលក្ខណៈប្រទាក់ក្រឡាគ្នាជាអន្តរវិស័យជាមួយបណ្តាវិស័យសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមសំខាន់ៗដទៃទៀតរបស់ជាតិ។ ខាងក្រោមនេះគឺជាការវិភាគ និងឆ្លុះបញ្ចាំង អំពីចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យ សម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី (New Normal)÷

តារាងទី១ : ការវិភាគអំពីចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី

ចំណុចខ្លាំង	ចំណុចខ្សោយ
• វិស័យរដ្ឋ និងឯកជនមានការប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការស្តារឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ឡើងវិញ • ការផ្តល់ជូននូវសកម្មភាពទេសចរណ៍ និងផលិតផលទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាព និងគុណតម្លៃខ្ពស់សម្រាប់ទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិ • ការដាក់អនុវត្តផែនការមេអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប (២០២១-២០៣៥) • វិស័យអេកូទេសចរណ៍ដែលផ្តល់ជាបទពិសោធន៍ថ្មី កំពុងត្រូវបានរៀបចំឡើង	• ការចូលរួមរវាងភាគីពាក់ព័ន្ធក្នុងការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍មិនទាន់ខ្លាំងក្លានៅឡើយ • កម្ពុជាមានកង្វះខាតលើការវិនិយោគ (ចំណាយ) លើការធ្វើទីផ្សារបើប្រៀបធៀបជាមួយបណ្តាប្រទេសនានា • សម្បទាទេសចរណ៍ភាគច្រើនខ្ចីបំណុលពីធនាគារដើម្បីបើក ឬពង្រីកអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន រីឯបុគ្គលិកបម្រើការងារមានមួយផ្នែកក៏ខ្ចីប្រាក់ពីមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ដែលជាហេតុបង្កឱ្យផលប៉ះពាល់ខ្លាំងក្នុងពេលវិបត្តិនេះ • ការផ្គត់ផ្គង់ការងារទេសចរណ៍នៅមានកម្រិត និងផលិតភាពការងាររបស់បុគ្គលិកនៅខ្សោយ • ការសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយមិនទាន់មានដំណើរការដែលមានលក្ខណៈផ្អែកលើការអនុវត្តល្អបំផុតនៅឆាកអន្តរជាតិនៅឡើយ

• បទពិសោធន៍តាមរយៈសកម្មភាពទេសចរណ៍នៅតាមតំបន់ជនបទក្នុងលក្ខខណ្ឌជាតំបន់ទេសចរណ៍បែបផ្សងព្រេង និងផលិតផលដែលបន្ស៊ីទៅនឹងលក្ខខណ្ឌ (Soft Adventure) • ប្រាង្គប្រាសាទក្នុងតំបន់អង្គរ ដែលមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បី និងជាប់ចំណាត់ថ្នាក់នៅក្នុង TripAdviser • ម្ហូបអាហារខ្មែរ ដែលមានលក្ខណៈពិសេស និងភាពទាក់ទាញដ៏ល្អបំផុត • ផលិតផលទេសចរណ៍ដែលប្រកបភាពទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ • រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ដ៏ប្រណិតលំដាប់ពិភពលោក • តំបន់ទេសចរណ៍រាជធានីភ្នំពេញប្រកបដោយភាពរស់រវើក • ជាតំបន់ទេសចរណ៍ដែលមានការឆ្លងរីករាលដាលជំងឺកូវីដ-១៩ ក្នុងកម្រិតទាបជាងប្រទេសក្នុងតំបន់ និងសកលលោក • ការដាក់ចេញអនុវត្តនូវវិធានការប្រយុទ្ធប្រឆាំងជំងឺកូវីដ-១៩ មានភាពខ្លាំងក្លា និងមុតស្រួច • ជាតំបន់ទេសចរណ៍ប្រកបដោយភាពកក់ក្ដៅ និងប្រជាជនខ្មែរប្រកបដោយភាពស្វាគមន៍ (ប្រទេសតូច បេះដូងធំទូលាយ) • ជាតំបន់ទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណតម្លៃ បើធៀបទៅនឹងតំបន់ទេសចរណ៍នៃប្រទេសជាច្រើន • មានទំនាក់ទំនងដ៏ជិតស្និទ្ធជាមួយប្រទេសចិន និងប្រទេសក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ • មានការតភ្ជាប់ក្នុងកម្រិតតំបន់ល្អ (ប្រទេសសិង្ហបុរី / ទីក្រុងហុងកុង សម្រាប់ទីផ្សារហោះហើរចម្ងាយខ្លី) • អនុវត្តទិដ្ឋាការអេឡិចត្រូនិក និងទិដ្ឋាការក្នុងពេលមកដល់ • ជាតំបន់ទេសចរណ៍ដែលមានភាពទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរប្រកបដោយភាពស្មោះស្ម័គ្រ និងសេចក្ដីស្រឡាញ់ • កម្ពុជាជាប់ចំណាត់ថ្នាក់ជាគោលដៅទេសចរណ៍ដែលមានសុវត្ថិភាពបំផុតក្នុងចំណោមគោលដៅទេសចរណ៍សុវត្ថិភាពបំផុតកំពូលទាំង ១០ យោងតាមក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ Toulane នៃប្រទេសអាល្លឺម៉ង់	• ការតភ្ជាប់ផ្លូវអាកាសទៅកាន់ទីផ្សារសំខាន់ៗ (ពិសេសខ្វះខាតជើងហោះហើរឆ្ងាយ) ដែលនឹងនាំឱ្យការស្តារឡើងវិញនៅក្រោយការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩មានការលំបាក • ផលប៉ះពាល់នៃជំងឺកូវីដ-១៩ ទៅលើវិស័យទេសចរណ៍ដោយអវត្តមានការគាំទ្រពីផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចបានច្រើនកម្រិតខ្ពស់ដូចបណ្ដាប្រទេសអភិវឌ្ឍផ្សេងៗទៀត • កង្វះការអនុវត្តតាមស្តង់ដាសុវត្ថិភាពនៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍មួយចំនួន (តួយ៉ាងលើផ្នែកទូក/ កប៉ាល់ទេសចរណ៍) • ការយល់ឃើញតំបន់អភិរក្សអង្គរជាតំបន់ទេសចរណ៍លើសចំណុះ • កេរ្តិ៍ឈ្មោះអវិជ្ជមាននៃតំបន់ទេសចរណ៍ខេត្តព្រះសីហនុ និងខេត្តសៀមរាបតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនានាកន្លងមក • ការស្វែងរកព័ត៌មានពីទេសចរណ៍មានភាពទន់ខ្សោយ និងតិចតួច • ការពឹងផ្អែកហួសហេតុតែលើការទស្សនាតំបន់អង្គរសម្រាប់ការធ្វើទីផ្សារទេសចរណ៍ • កម្ពុជាត្រូវបានចាត់ទុកថាជាតំបន់ទេសចរណ៍បន្ទាប់បន្សំ (ដោយការពឹងផ្អែកតែលើតំបន់អង្គរ) • តម្លៃលើសេវាអាកាសយានដ្ឋានមានតម្លៃខ្ពស់បើប្រៀបធៀបជាមួយបណ្ដាប្រទេសជិតខាង • តម្លៃជើងហោះហើរខ្ពស់សម្រាប់ការធ្វើដំណើរពីទីផ្សារទេសចរណ៍ចម្ងាយឆ្ងាយជាច្រើន • ការរឹតបន្តឹងលើការផ្តល់ទិដ្ឋាការជាបណ្ដោះអាសន្នដែលអាចនឹងកាត់បន្ថយការលើកទឹកចិត្តក្នុងការធ្វើដំណើរនៅពេលខាងមុខ
កាលានុវត្តភាព	**ហានិភ័យ**
• ទាញយកមេរៀនពីវិបត្តិនេះ សារៈសំខាន់នៃវិស័យទេសចរណ៍ជាវិស័យអាទិភាពសម្រាប់សេដ្ឋកិច្ច-សង្គមកម្ពុជា • ផ្សព្វផ្សាយ និងជំរុញការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ចម្ងាយខ្លី ក្នុងតំបន់រវាងគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ពិសេសចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងអាស៊ានឱ្យកាន់តែខ្លាំង	• ភ្ញៀវទេសចរធ្លាក់ចុះ ដូចនេះ ក្នុងករណីមិនមានផែនការចង្អុលផ្លូវ និងស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍នឹងចំណាយរយៈពេលយូរក្នុងការស្តារឡើងវិញ • ការមិនចូលរួមក្នុងការសហការអនុវត្តនូវវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍នឹងធ្វើឱ្យមានហានិភ័យកើនឡើងខ្ពស់

• បង្កើតយុទ្ធនាការថ្មីៗ និងលើកកម្ពស់កិត្តិនាមម៉ាកយីហោទេសចរណ៍នៃប្រទេសកម្ពុជា "កម្ពុជា : ក្រៅពីប្រាសាទ (Cambodia: Beyond the Temples)" • ពន្លឿនកិច្ចការងារដែលបាននឹងកំពុងអនុវត្តឱ្យអនុវត្តកាន់តែប្រសើរជាងមុន ដូចជាចលនាទេសចរណ៍បែបផ្សងព្រេង ការធ្វើដំណើរឱ្យកាន់តែមានសុវត្ថិភាពនិងអនាម័យជាងមុន • បង្កើតវត្តមានប្រព័ន្ធឌីជីថល និងបច្ចេកវិទ្យាក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅប្រទេសកម្ពុជា ដូចជាការចុះឈ្មោះអនឡាញ • ទាញយកវិបត្តិនេះធ្វើជាកត្តាជំរុញដើម្បីពង្រឹងការធ្វើទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ - ឆ្ពោះទៅរកអភិក្រមដើម្បីពង្រឹងមធ្យោបាយហិរញ្ញវត្ថុក្នុងទម្រង់ភាពជាដៃគូរវាងរដ្ឋ-ឯកជន • ពង្រឹងមធ្យោបាយក្នុងការធ្វើទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយរួមគ្នាជាមួយផ្នែកឯកជន: គ្រឹះស្ថានសាធារណៈរដ្ឋបាលមានលក្ខណៈសេដ្ឋកិច្ច • ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមផ្សារភ្ជាប់នឹង "ឯក-អគ្គរាជទូតសុឆន្ទៈទេសចរណ៍" • ប្រើប្រាស់វិបត្តិនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ដើម្បីបង្រួបបង្រួមមូលនិធីអភិវឌ្ឍន៍ពីដៃគូអភិវឌ្ឍអន្តរជាតិសម្រាប់ការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា • ពិនិត្យឡើងវិញនូវអភិក្រមស្តីពីការផ្តល់មូលនិធិដល់ការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រធ្វើទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ • ប្រើប្រាស់ "ពេលវេលានៃការធ្លាក់ចុះយ៉ាងគំហុក" ជាការអនុវត្តលើការកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទេសចរណ៍ និងភាពស្អាត (ឧ. ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវក្នុងក្រុងសៀមរាប និងកែលម្អសម្បទាទេសចរណ៍នានា) • កែលម្អបទពិសោធន៍ប្រាសាទអង្គរវត្ត ឈានទៅការអនុវត្តមិនប្រើប្រាស់ប្លាស្ទិកនៅក្នុងតំបន់អង្គរ ប្រើប្រាស់តែផលិតផលក្នុងស្រុក និងកិច្ចអនុវត្តនានាក្នុងលក្ខខណ្ឌប្រកប ដោយចីរភាពឱ្យបានប្រសើរជាងមុន • ជាឱកាសក្នុងការបញ្ឈប់ការអនុវត្តកញ្ចប់ទេសចរណ៍ "ថ្លៃសូន្យ" ដោយចាប់ផ្តើមអនុវត្តជាមួយមធ្យោបាយចាប់យកទីផ្សារពីគោលដៅភ្ញៀវទេសចរចិនល្អៗ និងប្រកបដោយគុណភាព • រៀបចំបង្កើតយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយសម្រាប់គោលដៅទីផ្សារអឺរ៉ុបប្រទេសក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ និងទីផ្សារចិន។	• ភាពធ្លាក់ចុះនូវភ្ញៀវទេសចរ ធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ការវិនិយោគក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ • ការអនុវត្តគម្រោង "ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព" និងមានហានិភ័យខ្ពស់ប្រសិនបើមិនមានការគ្រប់គ្រងឱ្យបានត្រឹមត្រូវ

(ប្រភព : គម្រោងពង្រឹងសមត្ថភាព TCBP (AFD)-លោក Gavin Bell អ្នកជំនាញការប្រចាំក្រសួងទេសចរណ៍ និងក្រុមការងារនៃលេខាធិការដ្ឋាននៃក្រុមការងារកូវីដ-១៩ ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍)

២- ជម្រើសសេណារីយ៉ូនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩

(៣៤). បើមើលពីនិន្នាការភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក**មកកម្ពុជាចាប់តាំងពីឆ្នាំ២០១០ ដល់ឆ្នាំ២០១៩** បង្ហាញថាវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាមានអត្រាកើនឡើងជាលំដាប់ពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ ក្នុងនោះភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិកើនជាមធ្យម **១២%** និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកកើនជាមធ្យម **៤,៦%**។

(៣៥). ដោយឡែកសម្រាប់ឆ្នាំ២០២០ ទេសចរណ៍កម្ពុជាទទួលឥទ្ធិពលរងផលប៉ះពាល់ដែលបណ្តាលមកពីជំងឺកូវីដ-១៩ ដែលបណ្តាលឱ្យទេសចរធ្លាក់ចុះយ៉ាងគំហុក។

តារាងទី២ : និន្នាការនៃភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក និងភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិមកកម្ពុជា (២០១០ ដល់ ២០២០):

ឆ្នាំ	ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ	អត្រាកំណើន	ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក	អត្រាកំណើន	សរុប	អត្រាកំណើន
២០១០	២ ៥០៨ ២៨៩	១៦,០%	៧ ៥៦២ ៦៩៩	-	១០ ០៧០ ៩៨៨	-
២០១១	២ ៨៨១ ៨៦២	១៤,៩%	៧ ៨១១ ០៦៥	៣,៣%	១០ ៦៩២ ៩២៧	៦,២%
២០១២	៣ ៥៨៤ ៣០៧	២៤,៤%	៨ ២៥៣ ៨៦០	៥,៧%	១១ ៨៣៨ ១៦៧	១០,៧%
២០១៣	៤ ២១០ ១៦៥	១៧,៥%	៨ ៥១៨ ៧៥៣	៣,២%	១២ ៧២៨ ៩១៨	៧,៥%
២០១៤	៤ ៥០២ ៧៧៥	៧,០%	៩ ០០៤ ៤៣៧	៥,៧%	១៣ ៥០៧ ២១២	៦,១%
២០១៥	៤ ៧៧៥ ២៣១	៦,១%	៩ ៦៧៨ ៩៩២	៧,៥%	១៤ ៤៥៤ ២២៣	៧,០%
២០១៦	៥ ០១១ ៧១២	៥,០%	១០ ៦៤២ ០៨១	១០,០%	១៥ ៦៥៣ ៧៩៣	៨,៣%
២០១៧	៥ ៦០២ ១៥៧	១១,៨%	១០ ៨៦៤ ៣៦៨	២,១%	១៦ ៤៦៦ ៥២៥	៥,២%
២០១៨	៦ ២០១ ០៧៧	១០,៧%	១១ ០៥៩ ៦៣៣	១,៨%	១៧ ២៦០ ៧១០	៤,៨%
២០១៩	**៦ ៦១០ ៥៩២**	**៦,៦%**	**១១ ៣១៩ ៥២៣**	**២,៣%**	**១៧ ៩៣០ ១១៥**	**៣,៩%**
២០២០	**១ ៣០៦ ១៤៣**	**-៨០,២%**	**៩ ០៤១ ៥៩៥**	**-២០,១%**	**១០ ៣៤៧ ៧៣៨**	**-៤២,៣%**

(ប្រភព : សៀវភៅស្ថិតិទេសចរណ៍, ក្រសួងទេសចរណ៍)

(៣៦). **យោងតាមអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក** ការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍អន្តរជាតិបានធ្លាក់ចុះ**ក្នុងអត្រាប្រមាណ -៧៤% នៅឆ្នាំ២០២០**។ ហើយ**អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក** បានធ្វើការវិភាគ និងព្យាករណ៍ស្ថានភាពទេសចរណ៍អន្តរជាតិក្រោយឆ្នាំ២០២០ នេះ តាម**សេណារីយ៉ូចំនួន ០៣** ដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំងអនាគតវិស័យទេសចរណ៍នាពេលខាងមុខ÷

សេណារីយ៉ូទី១ : ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិនឹងងើបឡើងវិញនៅឆ្នាំ២០២១ ហើយបន្តកើនឡើង ដោយត្រឡប់ទៅរកភាពដើមវិញដូចកាលពីឆ្នាំ២០១៩ ក្នុងរយៈពេល **២ឆ្នាំកន្លះ (ពាក់កណ្តាលឆ្នាំ ២០២៣)**។ នេះដោយសារឥទ្ធិពលនៃវ៉ាក់សាំងកូវីដ-១៩ បានរុញដោលឱ្យកំណើនតម្រូវការនៃការធ្វើដំណើរមានការកើនឡើងខ្លាំងយ៉ាងគំហុក ព្រមជាមួយការដកគោលនយោបាយរឹតត្បិតពីប្រទេសនានា និងការផ្តល់ទំនុកចិត្តដល់អ្នកដំណើរឡើងវិញ ជាដើម នៅពាក់កណ្តាលឆ្នាំ២០២១។

សេណារីយ៉ូទី២ : ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិនឹងងើបឡើងវិញនៅឆ្នាំ២០២១ តែមានការអូសបន្លាយរហូតដល់**៣ឆ្នាំ ទើបត្រឡប់ទៅកម្រិតឆ្នាំ ២០១៩ (នៅចុងឆ្នាំ ២០២៣)**។

សេណារីយ៉ូទី៣ : ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិនឹងងើបឡើងវិញនៅឆ្នាំ២០២១ តែមានភាពយឺតយ៉ាវជាងសេណារីយ៉ូទី១ និងសេណារីយ៉ូទី២ ដោយការដកគោលនយោបាយរឹតត្បិតនានានៅមានកម្រិតនៅឡើយ ដែលធ្វើឱ្យសេណារីយ៉ូនេះទទួលបានភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិត្រឡប់ទៅរកកម្រិតឆ្នាំ២០១៩វិញនៅក្នុងរយៈពេល**៤ឆ្នាំ (នៅចុងឆ្នាំ ២០២៤)**។

ក. ការព្យាករសេណារីយ៉ូនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩

(៣៧). ដោយឡែក សម្រាប់ការព្យាករសេណារីយ៉ូនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ត្រូវបានវាយតម្លៃ(ក្នុងរយៈពេល០៧ឆ្នាំ ខាងមុខចាប់ពីឆ្នាំ២០២០ ដល់ឆ្នាំ២០២៧) ដោយផ្អែកលើការគិតគូរពីប្រសិទ្ធភាពរបស់អន្តរាគមន៍ពីរាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងការប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ និងអន្តរាគមន៍គាំពារវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា និងឥទ្ធិពលពីខាងក្រៅនៃទេសចរណ៍តំបន់ និងពិភពលោក។ ក្រសួងទេសចរណ៍ស្នើឡើងនូវសេណារីយ៉ូ**ចំនួន៣** ក្នុងការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាឡើងវិញ ដែលការព្យាករកំណើន**ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិមានទម្រង់ជាអក្សរ “U” និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកមានទម្រង់ជាអក្សរ “V”**។

- ទេសចរអន្តរជាតិ : (ក្រោមទម្រង់អក្សរ “U”)
  - **សេណារីយ៉ូទី១ (ប្រើរយៈពេល ៣ឆ្នាំ)** ករណីមានវ៉ាក់សាំងនៅឆ្នាំ២០២០ និងការដាក់ចេញវិធានការគោលនយោបាយអន្តរាគមន៍ជាមួយអត្រាប្រែប្រួល: -៨០,២% (២០២០), ៩៧,៤% (២០២១), ៦០% (២០២២) និង ៧០% (២០២៣)
  - **សេណារីយ៉ូទី២ (ប្រើរយៈពេល ៥ឆ្នាំ)** ករណីមានវ៉ាក់សាំងឆ្នាំ២០២១ និងមានការដាក់ចេញវិធានការគោលនយោបាយអន្តរាគមន៍ជាមួយអត្រាប្រែប្រួល : -៨០,២% (២០២០), -២៣,១%(២០២១), ១០០% (២០២២), ១២៥% (២០២៣), ៤០% (២០២៤) និង ១២% (២០២៥)
  - **សេណារីយ៉ូទី៣ (ប្រើរយៈពេល ៧ឆ្នាំ)** ករណីវ៉ាក់សាំងមិនច្បាស់លាស់ និងមានវិធានការបិទប្រទេស និងរបាំងនានាមិនច្បាស់លាស់ ជាមួយអត្រាប្រែប្រួល: -៨០,២% (២០២០), -៥៩,៥% (២០២១), ៦០% (២០២២), ៩៥% (២០២៣) និង ៤៤% (២០២៤-២០២៧)។

តារាងទី៣ : សេណារីយ៉ូអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩

	សេណារីយ៉ូទី ១ (មានវ៉ាក់សាំងឆ្នាំ២០២០ និងមានវិធានការគោលនយោបាយអន្តរាគមន៍)		សេណារីយ៉ូទី ២ (មានវ៉ាក់សាំងឆ្នាំ២០២១ និងមានវិធានការគោលនយោបាយអន្តរាគមន៍)		សេណារីយ៉ូទី ៣ (វ៉ាក់សាំងមិនច្បាស់លាស់ និងមានវិធានការបិទប្រទេស និងរបាំងនានាមិនច្បាស់លាស់)	
ឆ្នាំ	**ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ**	**អត្រាកំណើន**	**ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ**	**អត្រាកំណើន**	**ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ**	**អត្រាកំណើន**
២០១៩	៦ ៦១០ ៥៩២	៦,៦%	៦ ៦១០ ៥៩២	៦,៦០%	៦ ៦១០ ៥៩២	៦,៦០%
២០២០	១ ៣០៦ ១៤៣	-៨០,២%	១ ៣០៦ ១៤៣	-៨០,២%	១ ៣០៦ ១៤៣	-៨០,២%
២០២១	២ ៥៧៨ ១៣១	៩៧,៤%	១ ០០៤ ៨១០	-២៣,១%	៥២៨ ៨៤៧	-៥៩,៥%
២០២២	៤ ១២៥ ០០៩	៦០,០%	២ ០០៩ ៦២០	១០០,០%	៨៤៦ ១៥៦	៦០,០%
២០២៣	**៧ ០១២ ៥១៦**	៧០,០%	៤ ៥២១ ៦៤៥	១២៥,០%	១ ៦៥០ ០០៤	៩៥,០%
២០២៤	៧ ៧១៣ ៧៦៨	១០,០%	៦ ៣៣០ ៣០៣	៤០,០%	២ ៣៧៦ ០០៥	៤៤,០%
២០២៥	៨ ៤៨៥ ១៤៤	១០,០%	**៧ ០៨៩ ៩៣៩**	១២,០%	៣ ៤២១ ៤៤៨	៤៤,០%
២០២៦	៩ ៣៣៣ ៦៥៩	១០,០%	៧ ៧៩៨ ៩៣៣	១០,០%	៤ ៩២៦ ៨៨៥	៤៤,០%
២០២៧	១០ ២៦៧ ០២៥	១០,០%	៨ ៥៧៨ ៨២៦	១០,០%	**៧ ០៩៤ ៧១៤**	៤៤,០%

យោងតាមសេណារីយ៉ូលើកឡើងខាងលើបានបង្ហាញដូចខាងក្រោម÷

១- អត្រាកំណើនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិធ្លាក់ចុះខ្លាំងក្នុងឆ្នាំ២០២០ រហូតដល់ **-៨០,២%** ទាំង ៣ សេណារីយ៉ូ ដោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩។

២- **ឆ្នាំ២០២១** ទេសចរណ៍កម្ពុជាត្រូវបានព្យាករណ៍ថានឹងមានកំណើនឡើងវិញប្រមាណ **៩៧,៤%** ក្នុងសេណារីយ៉ូទី១ (មានវ៉ាក់សាំងឆ្នាំ២០២០ និងមានវិធានការគោលនយោបាយអន្តរាគមន៍), **-២៣,១%** ក្នុងសេណារីយ៉ូទី២ (មានវ៉ាក់សាំងឆ្នាំ២០២១ និងមានវិធានការគោលនយោបាយអន្តរាគមន៍), និង **-៥៩,៥%** ក្នុងសេណារីយ៉ូទី៣ ករណីអាក្រក់បំផុត (វ៉ាក់សាំងមិនច្បាស់លាស់ និងមានវិធានការបិទប្រទេស និងរបាំងនានាមិនច្បាស់លាស់)។

៣- **ឆ្នាំ២០២២** ទេសចរណ៍កម្ពុជាត្រូវបានព្យាករណ៍ថានឹងមានកំណើនក្នុងចន្លោះពី **៦០%** (សេណារីយ៉ូទី១), **១០០%** (សេណារីយ៉ូទី២) និង **៦០%** (សេណារីយ៉ូទី៣) ដោយសារស្ថានភាពអាចត្រឡប់មកប្រក្រតីភាពវិញ ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិបន្តកើនឡើងជាងឆ្នាំ២០២១ និងករណីសេណារីយ៉ូទី៣ ជាករណីអាក្រក់បំផុត ដែលអត្រាភ្ញៀវធ្លាក់ចុះរហូតដល់ទៅ ២ឆ្នាំ ជាប់គ្នា ប៉ុន្តែចាប់ពីឆ្នាំ២០២២ នឹងមានកំណើនយ៉ាងគំហុកជាបន្តបន្ទាប់។

៤- កម្ពុជារៀបចំធ្វើម្ចាស់ផ្ទះព្រឹត្តិការណ៍កីឡា SEA GAME **ឆ្នាំ២០២៣** ដែលនេះជាព្រឹត្តិការណ៍ទាក់ទាញទេសចរយ៉ាងធំ។ ដូច្នេះ ទេសចរអន្តរជាតិត្រូវបានព្យាករណ៍ថានឹងរក្សានូវកំណើនល្អ **៧០%** (សេណារីយ៉ូទី១), **១២៥%** (សេណារីយ៉ូទី២) និង **៩៥%** (សេណារីយ៉ូទី៣)។

- ## ទេសចរក្នុងស្រុក : (ក្រោមទម្រង់អក្សរ “V”)

(៣៨). ទេសចរក្នុងស្រុកបានជួយសម្រួល និងទប់ទល់ឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានពីវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ហើយក្រសួងទេសចរណ៍បាននឹងកំពុងជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកនេះបន្ថែមទៀត។ អត្រាកំណើនរបស់ទេសចរក្នុងស្រុក : **-២០% (២០២០), ១០,២% (២០២១), ១០% (២០២២) និង ៥,៥% (២០២៣-២០២៥)**។

<u>តារាងទី៤ : ការព្យាករភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក (២០២០ ដល់ ២០២៥)</u>

ឆ្នាំ	ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក	អត្រាកំណើន
២០១៩	១១ ៣១៩ ៥២៣	២,៣%
២០២០	៩ ០៤១ ៥៩៥	-២០,១%
២០២១	៩ ៩៦១ ១៨០	១០,២%
២០២២	១០ ៩៥៧ ២៩៨	១០,០%
២០២៣*	**១១ ៥៥៩ ៩៥០**	**៥,៥%**
២០២៤	១២ ១៩៥ ៧៤៧	៥,៥%
២០២៥	១២ ៨៦៦ ៥១៣	៥,៥%

****សម្គាល់ :*** ទេសចរក្នុងស្រុកអាចនឹងងើបឡើងវិញយ៉ាងឆាប់រហ័សក្រោម**ទម្រង់អក្សរ** “V” និងមកកាន់ស្ថានភាពដើមវិញនៅឆ្នាំ២០២៣ ដែលក្នុងឆ្នាំនេះមានព្រឹត្តិការណ៍ SEA Game (2023) និងបង្កើនចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកកាន់តែខ្លាំង។

(៣៩). នៅឆ្នាំ២០២០ **ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក** ធ្លាក់ចុះប្រមាណ **-២០%** ដោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ប៉ុន្តែផ្អែកលើការព្យាករខាងលើ ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកនឹងមានកំណើនមកវិញជាបន្តបន្ទាប់ដោយ**មានគោលនយោបាយអន្តរាគមន៍ច្បាស់លាស់របស់ក្រសួងទេសចរណ៍ និងរាជរដ្ឋាភិបាល**។

ដូច្នេះ យើងរំពឹងថាការស្តារវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាឡើងវិញដោយអាចនឹងទទួលបាន**ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ ៧លាននាក់** ត្រលប់មកវិញនៅឆ្នាំ២០២៥ **(សេណារីយ៉ូទី២)**[2] ស្ថិតក្រោម**ទម្រង់អក្សរ “U”** និងរីឯ**ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកអាចរំពឹងថានឹងទទួលបានចំនួន ១១លាននាក់ វិញនៅត្រឹមឆ្នាំ២០២៣** ស្ថិតក្រោម**ទម្រង់អក្សរ** “V” ។

ខ- អភិក្រមនៃផែនទីចង្អុលផ្លូវ

(៤០). ដើម្បីស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ចាំបាច់គឺត្រូវដាក់ចេញជាដំណាក់កាលឆ្លើយតបនឹងការវិវត្តជាក់ស្តែងស្ថានភាពនៃការគ្រប់គ្រងជំងឺកូវីដ-១៩ ក្នុងកម្រិតថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់តំបន់ និងសកលលោក។ ផ្អែកលើវិធានការឆ្លើយតបនិងយន្តការជួយវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ របស់អង្គការ

[2] យោងតាមសេចក្តីប្រកាសរបស់អង្គការសុខភាពពិភពលោក (WHO) នៅថ្ងៃទី១០ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២០ បានប្រកាស : វ៉ាក់សាំងកូវីដ-១៩ ដំបូង អាចនឹងដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់នៅខែមីនា ឆ្នាំ២០២១។

ទេសចរណ៍ពិភពលោក[3] និងអនុសាសន៍ក្នុងការតៀមលក្ខណៈសម្បត្តិដើម្បីស្តារវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញ ដូចមានចែងក្នុងសេចក្តីថ្លែងការណ៍ភ្នំពេញស្តីពី ទេសចរណ៍អាស៊ានប្រកបដោយនិរន្តរភាព បរិយាបន្ន និងរឹងមាំ (Phnom Penh Declaration on a More Sustainable, Inclusive and Resilient ASEAN Tourism)[4] ផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ មាន**គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន ០៣ និងសសរស្តម្ភចំនួន ០៤** ដូចខាងក្រោម÷

- **គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន ០៣ សម្រាប់ការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា÷**
  - **គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រទី១ -សេដ្ឋកិច្ច និងការងារ :** សំដៅដល់ការផ្តល់កិច្ចគាំពារ ស្តារ និងជំរុញប្រសិទ្ធភាពផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងការងារនៅក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ទាំងក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ប្រកបដោយភាពធន់ និងភាពប្រកួតប្រជែងខ្ពស់
  - **គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រទី២ - ការជំរុញទីផ្សារទេសចរណ៍ :** សំដៅជំរុញទាក់ទាញទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ ទាំងក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩
  - **គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រទី៣ - ការរៀបចំយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ឡើងវិញ :** សំដៅដល់ការពង្រឹងយន្តការស្ថាប័ន និងភាពជាដៃគូរវាងរដ្ឋ និងឯកជន ក្នុងការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយភាពម្ចាស់ការ។

(៤១). សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវដាក់ចេញក្នុងគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនីមួយៗ គឺត្រូវពឹងផ្អែកលើសសរស្តម្ភចំនួន ០៤ ដែលជាចំណុចខ្លាំង និងជាសក្តានុពលទេសចរណ៍របស់កម្ពុជា។

---

[3] **អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក** បាននឹងកំពុងធ្វើការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយរដ្ឋជាសមាជិករបស់ខ្លួន **អង្គការសុខភាពពិភពលោក** និងអង្គការអន្តរជាតិផ្សេងៗទៀត ដើម្បីធានាឱ្យមានការឆ្លើយតប និងដាក់ចេញយន្តការជួយវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នេះ។ **ក្នុងនោះ អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក** បានដាក់ចេញនូវ**អាទិភាពចំនួន ៧ សម្រាប់ការស្តារទេសចរណ៍ឡើងវិញ រួមមាន (ទី១).** ផ្តល់នូវការធានានូវសាច់ប្រាក់ (Liquidity) និងធានាបាននូវមុខរបរ, **(ទី២).** បង្កើនភាពជឿជាក់ឡើងវិញតាមរយៈសន្តិសុខ និងសុវត្ថិភាព, **(ទី៣).** កិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងវិស័យសាធារណៈ និងវិស័យឯកជនសម្រាប់ការបើកដំណើរការឡើងវិញប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព, **(ទី៤).** ការបើកចំហព្រំដែនប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ, **(ទី៥).** សម្របសម្រួលលើពិធីសារ និងនីតិវិធីនានា **(ទី៦).** បង្កើនតម្លៃបន្ថែមលើការងារតាមរយៈការប្រើបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ, និង **(ទី៧).** ការជំរុញនវានុវត្តន៍ និងការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាពសារជាថ្មី។ ក្រៅពីនេះ **អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក ក៏បានដាក់ចេញគោលការណ៍ណែនាំជាសកល** ទៅលើភាគីពាក់ព័ន្ធក្នុងវិស័យទេសចរណ៍មានដូចជា **(ទី១).** ការគ្រប់គ្រងព្រំដែនប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និងទំនួលខុសត្រូវ (ការធ្វើដំណើរតាមផ្លូវអាកាស ផ្លូវទឹក និងផ្លូវគោក), **(ទី២).** វិស័យឯកជន (Crosscutting), **(ទី៣).** ការធ្វើដំណើរតាមផ្លូវអាកាសប្រកបដោយសុវត្ថិភាព, **(ទី៤).** ការធ្វើបដិសណ្ឋារកិច្ច, **(ទី៥).** ការីទេសចរណ៍ និងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍, **(ទី៦).** ការប្រជុំ និងការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍, **(ទី៧).** កន្លែងទាក់ទាញទេសចរណ៍ និងឧទ្យានកម្សាន្ត និង **(ទី៨).** ការធ្វើផែនការ និងការគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍។

[4] អនុម័តនៅកិច្ចប្រជុំរដ្ឋមន្ត្រីទេសចរណ៍អាស៊ានលើកទី២៤ និងកិច្ចប្រជុំពាក់ព័ន្ធតាមរយៈប្រព័ន្ធវីឌីអូ នៅថ្ងៃទី ៤-៥ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០២១ រាជធានីភ្នំពេញ។

- ## សសរស្តម្ភចំនួន ០៤ សម្រាប់ការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា÷

(៤២). ផ្អែកលើសក្តានុពលនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ការរៀបចំសកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រនៃផែនទីចង្អុលផ្លូវដើម្បីស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ត្រូវផ្អែកលើ**សសរស្តម្ភអភិវឌ្ឍន៍ចំនួន** ០៤ ដើម្បីឆ្ពោះទៅការស្តារឡើងវិញប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព÷

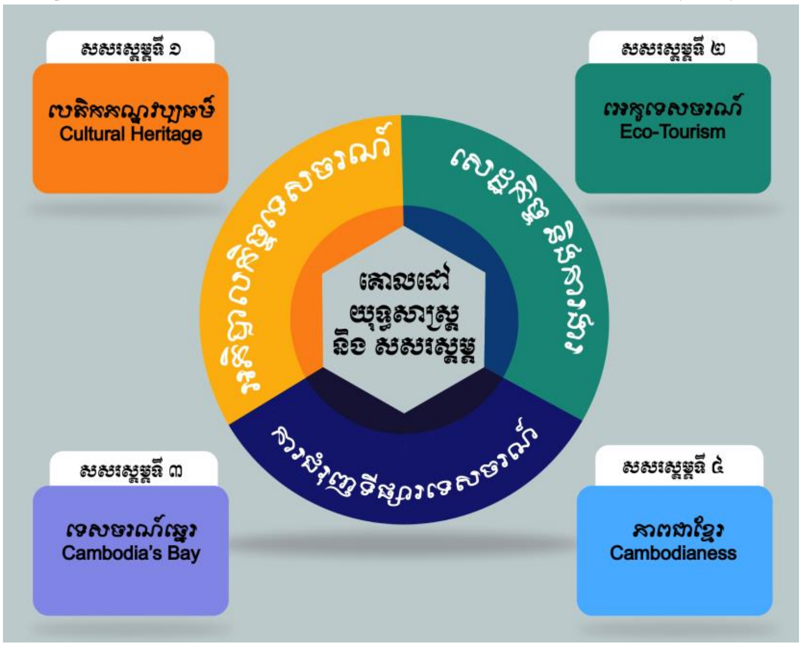
សសរស្តម្ភទី១. បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ (Cultural Heritage)

សសរស្តម្ភទី២. អេកូទេសចរណ៍ (Eco-Tourism)

សសរស្តម្ភទី៣. ទេសចរណ៍ឆ្នេរ (Cambodia's Bay)

សសរស្តម្ភទី៤. ភាពជាខ្មែរ (Cambodianess)។

<u>រូបភាពទី៨: គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ និងសសរស្តម្ភសម្រាប់ស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩</u>



- សសរស្តម្ភទី១: បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌

(៤៣). ប្រទេសកម្ពុជាមានប្រាសាទអង្គរវត្តដ៏ល្បីល្បាញ និងប្រាសាទបុរាណដទៃទៀតជាច្រើន លាតសន្ធឹងលើផ្ទៃដី ៤០០ គីឡូម៉ែត្រការ៉េ ដែលត្រូវបានចុះក្នុងបញ្ជីបេតិកភណ្ឌពិភពលោកដោយអង្គការយូណេស្កូនៅឆ្នាំ១៩៩២ ព្រមជាមួយនឹងសម្បត្តិធនធានដ៏វិសេសវិសាលដទៃទៀតបង្កប់ទៅដោយប្រពៃណីទំនៀមទម្លាប់ជាមួយនឹងកំណើននៃមូលដ្ឋានអាជីវកម្មដែលបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ ដូចជាសណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន ហាងលក់ទំនិញ។

(៤៤). ដើម្បីអាចដើរតាមទស្សនៈវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាពបាន ផែនទីចង្អុលផ្លូវបានកំណត់ វិសាលភាពរួម គឺរួមបញ្ចូលទាំងទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងបេតិកភណ្ឌខ្មែរ តាមរយៈការសិក្សា និងកំណត់ឱ្យបាននូវយុទ្ធសាស្ត្រ និងផែនការសកម្មភាពដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញ តាមរយៈការទស្សនា

ប្រាសាទផ្សារភ្ជាប់ជាមួយសកម្មភាពកម្សាន្តដ៏សម្បូរបែបបន្ថែមនូវសកម្មភាព និងព្រឹត្តិការណ៍កម្សាន្តនានា ស្របតាមគោលការណ៍អភិរក្ស និងប្រើប្រាស់គុណសម្បត្តិបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ទាំងនេះឱ្យបានអតិបរមា ដើម្បីបង្កើនភាពពេញចិត្ត ភាពទាក់ទាញដល់ភ្ញៀវទេសចរ និងអាចបង្កើនរយៈពេលស្នាក់នៅកាន់តែយូរ និងបង្កើនចំណាយរបស់ភ្ញៀវចូលក្នុងសេដ្ឋកិច្ចជាតិ។

- សសរស្តម្ភទី២: អេកូទេសចរណ៍

(**៤៥**). កម្ពុជាសម្បូរទៅដោយធនធានធម្មជាតិ និងជីវចម្រុះដ៏សម្បូរបែប ពិសេសប្រមូលផ្តុំនៅតាមតំបន់ការពារធម្មជាតិចំនួន ៥៧កន្លែង ស្មើនឹងផ្ទៃដី ៧ ៤៣៩ហិកតា (មានឧទ្យានជាតិ ដែនជម្រកសត្វព្រៃ តំបន់ការពារទេសភាព តំបន់ប្រើប្រាស់ច្រើនយ៉ាង និងតំបន់រ៉ាមសារ តំបន់បេតិកភណ្ឌធម្មជាតិ និងរបៀងអភិរក្សជីវៈចម្រុះប្រព័ន្ធតំបន់ការពារធម្មជាតិ), តំបន់ការពារព្រៃឈើចំនួន ៩កន្លែង ព្រៃកោងកាង ព្រៃត្រពិក ជួរភ្នំក្រវាញដែលសម្បូរទៅដោយពពួកសត្វកម្រចុងក្រោយនៅតំបន់អាស៊ី ហើយបច្ចុប្បន្នតំបន់នេះត្រូវបានដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងតំបន់អេកូទេសចរណ៍ល្បីៗទាំង១០ នៅក្នុងពិភពលោក ព្រមទាំងរុក្ខជាតិ សត្វសមុទ្រ និងជីវៈចម្រុះជាច្រើន ពិសេសព្រៃកោងកាងធំជាងគេនៅអាស៊ីអាគ្នេយ៍ គ្របដណ្តប់លើផ្ទៃដី ៥០ ០០០ ហិកតា និងផ្កាថ្ម ៧០ ប្រភេទ ស្ថិតក្នុងតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា និងនៅតំបន់ភាគឦសានក៏មានសក្តានុពលយ៉ាងធំធេងជាមួយនឹងតំបន់ខ្ពង់រាប ឧទ្យានជាតិទេសភាពទន្លេមេគង្គ សមុទ្រព្រៃឈើ ទឹកជ្រោះ សត្វផ្សោតទន្លេមេគង្គ ពពួកសត្វកម្រ និងជីវៈចម្រុះផ្សេងៗទៀត ពិសេសសហគមន៍ ជនជាតិភាគតិចថែមទៀតផង។ ជារួម ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ធម្មជាតិ ពិសេសអេកូទេសចរណ៍ដែលជាទម្រង់មួយនៃទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងផ្តល់ផលចំណេញដល់សេដ្ឋកិច្ច-សង្គមមូលដ្ឋាន, ចូលរួមដល់កិច្ចគាំពារបរិស្ថានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការលើកតម្កើងឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែង នៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។

- សសរស្តម្ភទី៣: ទេសចរណ៍ឆ្នេរ

(**៤៦**). ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជាក៏មានសក្តានុពលធំធេងផងដែរ ដែលលាតសន្ធឹងលើប្រវែង ៤៤០ គីឡូម៉ែត្រ និងបានចូលជាសមាជិកក្លិបឆ្នេរសមុទ្រដែលស្អាតបំផុតលើសកលលោក ចាប់តាំងពីឆ្នាំ២០១១មក រួមចំណែកក្នុងការផ្សព្វផ្សាយពីសក្តានុពលទេសចរណ៍តាមបណ្តាខេត្តតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រទាំងនោះ និងគាំទ្រគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរប្រកបដោយនិរន្តរភាព។

(**៤៧**). ភាពសម្បូរបែបសម្រាប់ការលំហែកាយនៅតាមបណ្តាឆ្នេរសមុទ្រ និងកោះនានា គឺជាឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែងក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ និងបានធ្វើឱ្យតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជាកំពុងទទួលស្វាគមន៍កំណើនភ្ញៀវទេសចរជាតិ-អន្តរជាតិ។

- សសរស្តម្ភទី៤: ភាពជាខ្មែរ

(**៤៨**). ក្រៅពីសក្តានុពលទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ អេកូទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរ ចំណុចខ្លាំងនៃភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍របស់កម្ពុជាមួយទៀតគឺ ភាពជាខ្មែរ។ កន្លងមក កម្ពុជាត្រូវបានទទួលស្គាល់ជាប្រទេសដែលមានប្រជាជនផ្តល់បដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ និងទទួលស្វាគមន៍ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិជាមួយនឹងស្នាមញញឹមពោរពេញដោយភាពកក់ក្តៅ។ ជាក់ស្តែង នៅខែកញ្ញាថ្មីៗនេះ គេហទំព័ររបស់

My International Movers[5] បានកំណត់ប្រទេសកម្ពុជាជាប់ចំណាត់ថ្នាក់លេខ១ ក្នុងចំណោមប្រទេសចំនួន១០ ផ្សេងទៀត ដែលមានបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អបំផុតចំពោះជនបរទេស និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងឆ្នាំ២០២០ នេះ។

(**៤៩**). វិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ក៏បានបង្ហាញពីគុណធម៌ និងសីលធម៌កម្រិតជាសកលរបស់កម្ពុជាផងដែរ។ កាលពីថ្ងៃទី១៣ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០២០ កម្ពុជាបានអនុញ្ញាតឱ្យ**នាវាទេសចរណ៍ MS Westerdam** មកចុះចតនៅកំពង់ផែខេត្តព្រះសីហនុ ខណៈដែលនាវាទេសចរណ៍ខ្នាតធំនេះត្រូវបានបដិសេធក្នុងការចូលចតពីបណ្ដាប្រទេសជាច្រើន។ កាយវិការនេះត្រូវបានពិភពលោកទទួលស្គាល់ និងវាយតម្លៃថាប្រទេសកម្ពុជា “**ប្រទេសតូច បេះដូងទូលាយ - Small Country But Big Heart**”។ ភាពក្លាហានរបស់ **សម្ដេច ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** ក្នុងការទទួលភ្ញៀវចូលចតនាវានេះ ត្រូវទទួលការអរគុណ និងការកោតសរសើរពី**លោកប្រធានាធិបតីរបស់សហរដ្ឋអាម៉េរិក Donald Trump** និងអង្គការអន្តរជាតិនានា ជាអាទិ៍**អង្គការសុខភាពពិភពលោក (WHO) និងអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក (UNWTO)**។

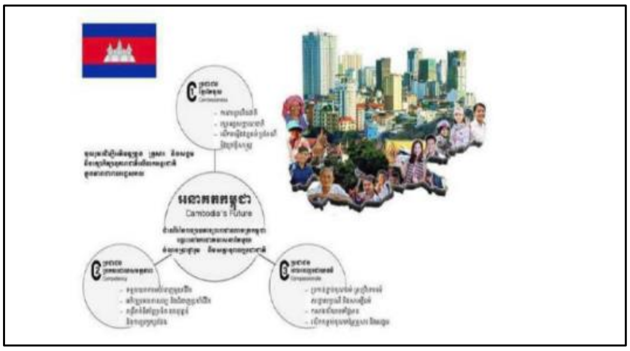
រូបភាពទី៩ : កម្ពុជាប្រទេសតូចតែចិត្តទូលាយ

(ប្រភព : F.B Page សម្ដេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា)

(**៥០**). ដើម្បីចាប់យកកាលានុវត្តភាពនេះ ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ដើម្បីស្ដារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា គឺត្រូវផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា ដែលឈរលើទស្សនៈ “**ភាពជាខ្មែរ & ប្រជាជនពោរពេញដោយធម៌**” ដែលជាសក្ដានុពលទេសចរណ៍ ដែលមិនចេះរីងស្ងួតសម្រាប់ទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន និងទៅអនាគត។

(**៥១**). ដូច្នេះ ការស្ដារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ត្រូវផ្សារភ្ជាប់នឹងមនុស្ស (**គឺភាពជាខ្មែរ**) ស្របនឹងគោលគំនិត “3Cs”[6] ដែលបានលើកឡើង អំពីគោលគំនិតមូលដ្ឋានសម្រាប់អនាគតកម្ពុជា ដែលត្រូវតម្រង់ទិសឆ្ពោះទៅរកជោគវាសនាតែមួយ រួមមាន (C1)-**ភាពជាខ្មែរ (C2)-ប្រជាជនប្រកបដោយសមត្ថភាព និង (C3)-ប្រជាជនពោរពេញដោយធម៌** ដែលចលនានេះគួរត្រូវបន្តបំផុសឱ្យទៅជា**ចលនាជាតិមួយ**។

រូបភាពទី១០ : គោលគំនិត “3Cs”



[5] យោងតាមវេបសាយអន្តរជាតិ My International Movers (https://myinternationalmovers.com) បានផ្ដល់ចំណាត់ថ្នាក់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាជាប់ថ្នាក់លេខ ០១ ក្នុងចំណោមប្រទេសទាំង ១០ ដែលមានបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អបំផុតចំពោះជនបរទេស និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងឆ្នាំ ២០២០។

[6] គោលគំនិត “3Cs” របស់**ឯកឧត្តម ហ៊ុន ម៉ានី ប្រធានគណៈកម្មការអប់រំ យុវជន កីឡា ធម្មការ កិច្ចការសាសនា វប្បធម៌ និងទេសចរណ៍នៃរដ្ឋសភា និងជាប្រធានសហភាពសហព័ន្ធយុវជនកម្ពុជា**

ជំពូកទី២

ផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩

១- ដំណាក់កាលទី១ : ការគ្រប់គ្រងវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ការស្តារឡើងវិញ (២០២០-២០២១)

- យុទ្ធសាស្ត្រចំនួន ០៣ សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន ២៣ និងសកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រលម្អិតចំនួន ៩៧

២- ដំណាក់កាលទី២ : ការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (២០២២-២០២៣)

- យុទ្ធសាស្ត្រចំនួន ០៣ សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន ១៧ និងសកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រលម្អិតចំនួន ៥៤

៣- ដំណាក់កាលទី៣ : ការរៀបចំឆ្ពោះទៅកាន់អនាគតថ្មីនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២៤-២០២៥)

- យុទ្ធសាស្ត្រចំនួន ០៣ សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន ០៩ និងសកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រលម្អិតចំនួន ២៩

ជំពូកទី២ : ផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩÷

- **ភាពធន់** (Resilience & Restart)
- **ការងើបឡើងវិញ** (Recovery)
- **និងការដំណើរការឡើងវិញ** (Relaunch)

(៥២). ថ្វីត្បិតតែស្ថានភាពជំងឺកូវីដ-១៩ មិនមានសភាពធ្ងន់ធ្ងរ និងពុំមានការបាត់បង់ជីវិតដោយជំងឺកូវីដ-១៩ នេះនៅកម្ពុជាក៏ដោយ ក៏ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរនៃជំងឺកូវីដ-១៩ នេះធ្វើឱ្យវិស័យសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមដាំក្បាលចុះ ជាពិសេសវិស័យទេសចរណ៍បានធ្លាក់ចុះយ៉ាងគំហុក តាមរយៈចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិបានធ្លាក់ចុះយ៉ាងគំហុកធ្វើឱ្យចំណូលវិស័យទេសចរណ៍ចាក់បញ្ចូលក្នុងសេដ្ឋកិច្ចជាតិធ្លាក់ចុះ និងការបាត់បង់ការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។

(៥៣). ដូចនេះ ការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍អាស្រ័យលើក្របខ័ណ្ឌ/ពេលវេលានៃការដាក់ចេញវិធានការគោលនយោបាយអន្តរាគមន៍ទាន់ពេល និងភាពឆាប់រហ័សនៃការរកឃើញវ៉ាក់សាំង។ តាមការសិក្សាវិភាគសេណារីយ៉ូ ការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ រំពឹងថានឹងស្ថិតក្នុងជម្រើសសេណារីយ៉ូទី២។ ក្នុងន័យនេះ ផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ត្រូវរៀបចំឡើងជា “**០៣ ដំណាក់កាល**” គ្របដណ្តប់លើចិរវេលា (២០២០-២០២៥)÷

១- **ដំណាក់កាលទី១ (ភាពធន់) :** ការគ្រប់គ្រងវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ការស្តារឡើងវិញ

២- **ដំណាក់កាលទី២ (ការងើបឡើងវិញ) :** ការជំរុញ និងការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍

៣- **ដំណាក់កាលទី៣ (ការដំណើរការឡើងវិញ) :** ការរៀបចំផ្លោះទៅកាន់អនាគតថ្មីនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។

(៥៤). ការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងដំណាក់កាលនីមួយៗត្រូវបានផ្អែកលើ**សសរស្តម្ភទាំង៤ គឺ បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ អេកូទេសចរណ៍ និងភាពជាខ្មែរ** ដោយផ្តោតលើ**គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន (០៣)** ក្នុងនោះ **(ទី១).** សេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ **(ទី២).** ការជំរុញទីផ្សារទេសចរណ៍ និង **(ទី៣).** ការរៀបចំយន្តការអភិបាលកិច្ចក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញ។

ដំណាក់កាលទី១: ការគ្រប់គ្រងវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ការស្តារឡើងវិញ (២០២០-២០២១)

- យុទ្ធសាស្ត្រទី១: ជំនួយផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចចំពោះវិស័យឯកជន និងការងារ
- យុទ្ធសាស្ត្រទី២: ជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងត្រៀមទទួលភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ
- យុទ្ធសាស្ត្រទី៣: រៀបចំយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ឡើងវិញ
- ផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ដំណាក់កាលទី១: ការគ្រប់គ្រងវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ការស្តារឡើងវិញ (២០២០-២០២១)

១- ដំណាក់កាលទី១ : ការគ្រប់គ្រងវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ការស្តារឡើងវិញ (២០២០-២០២១)

(៩៥). តាមបទពិសោធន៍កន្លងមក ចំណុចគន្លឹះសំខាន់បំផុតសម្រាប់សកលលោកវិលត្រឡប់ទៅរកប្រក្រតីភាពនៃការធ្វើដំណើរចេញក្រៅរបស់ភ្ញៀវទេសចរនោះគឺ **ការរកឱ្យឃើញនូវវ៉ាក់សាំងការពារ និង/ឬ ថ្នាំព្យាបាលជំងឺកូវីដ-១៩** នេះ។ ក្នុងន័យនេះ យើងអាចវាយតម្លៃបានថា **ពីពេលបច្ចុប្បន្នរហូតដល់ពេលរកឃើញវ៉ាក់សាំង គឺជារយៈពេលនៃ "ទម្លាប់ថ្មី"** ដែលស្ថានភាពនៃសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម អាចចាប់ផ្តើមវិលត្រឡប់ទៅរកសកម្មភាពជាធម្មតាជាបណ្តើរៗក្នុង **ឥរិយាបថថ្មី, ទម្លាប់ថ្មី និងការផ្តល់សេវាកម្មបែបថ្មី**។ ដំណាក់កាលទី១ នេះគឺជាដំណាក់កាល**រក្សាភាពធន់** និង**ការចាប់ផ្តើមឡើងវិញ** នៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ស្របតាមយុទ្ធសាស្ត្រ "**មួយពេលរស់សិន កុំឱ្យស្លាប់**"[7] ពោលគឺរក្សាជីវិតឱ្យគង់វង្ស ដើម្បីមានពេលស្តារសេដ្ឋកិច្ចឡើងវិញតាមក្រោយ។

ក- យុទ្ធសាស្ត្រទី១: ជំនួយផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចចំពោះវិស័យឯកជន និងការងារ

(៩៦). គិតមកដល់ពេលបច្ចុប្បន្ន រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានរៀបចំ និងដាក់ឱ្យអនុវត្តជាបន្តបន្ទាប់នូវវិធានការអន្តរាគមន៍ (រួមទាំងវិស័យទេសចរណ៍ និងសេវាកម្ម) ចំនួន ០៧ជុំ រួចមកហើយ ដោយមានវិធានការគាំទ្រគោលសំខាន់ៗជាសង្ខេប ដូចជាមិនបង់ពន្ធប្រចាំខែ មិនធ្វើសវនកម្មពេញលេញសម្រាប់ឆ្នាំ២០២០ មិនចាំបាច់បង់ប្រាក់ភាគទានធានារ៉ាប់រងរបបហានិភ័យការងារ និងថែទាំសុខភាព(ប.ស.ស) សម្របសម្រួលជាមួយម្ចាស់អគារទីតាំងអាជីវកម្មឱ្យជួយសម្រួលដល់ភាគីអ្នកជួល លើកលែងការបង់ថ្លៃបន្តអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍គ្រប់ប្រភេទ អនុញ្ញាតការពន្យារពេលនៃការទូទាត់ប្រាក់រំលឹកប្រាក់បំណាច់អតីតភាពការងារ ផ្តល់ប្រាក់ឧបត្ថម្ភដល់បុគ្គលិកក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងរៀបចំកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលពង្រឹងជំនាញដែលមានស្រាប់ (Re-skilling) និងបណ្តុះបណ្តាលជំនាញថ្មី (Upskilling)។ ក្នុងនោះ ក្រសួងទេសចរណ៍បានដាក់ចេញ និងកំពុងអនុវត្តប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនូវ **(ទី១)**.វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ **(ទី២)**.ការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និង **(ទី៣)**.ការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍តាមអនឡាញ។

(៩៧). **ក្នុងជំហានទី១** ក្រសួងទេសចរណ៍បានរៀបចំវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ និងដាក់ឱ្យអនុវត្តរួមមាន **១.**រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ **២.** សហគមន៍ទេសចរណ៍ **៣.**ភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋានទេសចរណ៍ **៤.**សេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ **៥.**ដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ផ្លូវទឹក **៦.** ដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ផ្លូវគោក **៧.** កាស៊ីនូទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និង **៨.** មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងអ្នកបកប្រែភាសាបន្ត។ ដើម្បីវាយតម្លៃសម្រេចផ្តល់ឱ្យឡាបិលវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ ក្រសួងទេសចរណ៍បានរៀបចំគោលការណ៍ណែនាំកំណត់អំពីលក្ខខណ្ឌអប្បបរមា។

(៩៨). **ដោយឡែកក្នុងជំហានទី២** ក្រសួងទេសចរណ៍គ្រោងរៀបចំវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ដល់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ រួមមាន **១.**កីឡាទេសចរណ៍ **២.**សេវាកម្មមណ្ឌលកម្សាន្តទេសចរណ៍មនុស្សពេញវ័យ (បៀហ្គាឌិន ខារ៉ាអូខេ រង្គសាល និងឌីស្កូតែក) **៣.** សេវាកម្មស្ប៉ា និងម៉ាស្សា **៤.**សេវាកម្មម៉ាយ (MICE)[8] បន្ទប់ប្រជុំ **៥.**សេវាកម្មព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ និង **៦.**កាស៊ីនូទេសចរណ៍នាំភ្ញៀវចូល។

---

[7] សៀវភៅជំនួយស្មារតី ស្តីពី វិធានការរាជរដ្ឋាភិបាល និងកម្រងសារសម្រាប់បញ្ជ្រាបដល់ស្រទាប់មហាជននៅតាមមូលដ្ឋានក្នុងដំណាក់កាលប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ របស់គណៈចលនាមហាជននៃគណៈកម្មាធិការកណ្តាល ខែសីហា ឆ្នាំ២០២០។

[8] ទេសចរណ៍ម៉ាយ (MICE) គឺជាប្រភេទទេសចរណ៍ផ្អែកលើព្រឹត្តិការណ៍សន្និសីទ និងកិច្ចប្រជុំនានា។

(**៥៩**). យន្តការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ មានដូចជា(**ទី១).** យន្តការស្ថាប័នថ្នាក់ជាតិ ដោយការបង្កើតអនុក្រុមការងារដើម្បីជំរុញ និងតាមដានការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ (ជំហានទី១) ចំណុះឱ្យក្រុមការងារជំរុញ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ និងថ្នាក់ក្រោមជាតិអនុវត្តសម្រេចផ្តល់ជូននូវឡាបិលវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍នីមួយៗត្រូវបានពិនិត្យ និងផ្តល់ឱ្យ (**ទី២).** រៀបចំជាក្រមប្រតិបត្តិ និងគោលការណ៍ណែនាំ ដោយផ្តោតលើការណែនាំឱ្យរៀបចំទីតាំងអាជីវកម្មស្របតាមការណែនាំថ្មីក្នុងបរិបទទម្លាប់ថ្មី និងណែនាំលើការប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នាក្នុងរបៀបថ្មី រវាងភ្ញៀវ និងបុគ្គលិក និង (**ទី៣).** រៀបចំយន្តការគាំទ្រតាមរយៈការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាគ្រប់គ្រងភ្ញៀវក្នុងដំណាក់កាលជំងឺកូវីដ-១៩ គឺប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាចុះបញ្ជីវត្តមានភ្ញៀវទេសចរតាមរយៈ (Telegram BOT) ដើម្បីគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ និងដំណើរការរបស់ភ្ញៀវទេសចរ ដែលអាចឆ្លើយតបបានទាន់ពេលវេលាក្នុងការគ្រប់គ្រងស្ថានភាពក្នុងដំណាក់កាលនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ និងប្រព័ន្ធចុះបញ្ជីស្នាក់នៅទេសចរណ៍ (www.accommodationregistrar.net) ដើម្បីគ្រប់គ្រងលំហូរភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក និងភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ សម្រួលដល់ការចុះបញ្ជីស្នាក់នៅតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ និងដើម្បីរក្សាទិន្នន័យរាល់ការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវទេសចរតាមអាជីវកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍នីមួយៗ។

(**៦០**). ទន្ទឹមនឹងនេះ ក្រសួងទេសចរណ៍បានដាក់ចេញកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍តាមប្រព័ន្ធអនឡាញក្នុងនោះមាន (**ទី១).** ប្រព័ន្ធបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍តាមប្រព័ន្ធអនឡាញ (https://www.tptd.org) មានជំនាញដូចជា សហគ្រិនភាពក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ការអនុវត្តការងារប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពជាមួយសហការីនិងអតិថិជន បដិសណ្ឋារកិច្ចនិងការគួរសមភ្ញៀវ និងការលើកកម្ពស់គុណភាពសេវាកម្មសម្រាប់សេវាកម្មសណ្ឋាគារ និងភោជនីយដ្ឋាន (**ទី២).** ប្រព័ន្ធបណ្តុះបណ្តាលពង្រឹងសមត្ថភាព (Refreshment) ជំនាញមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍តាមអនឡាញ (www.cambodia-touristguide.com) និង (**ទី៣).** ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ (E-Certificate) (www.tourismecertificate.org)។

(**៦១**). ដូច្នេះ ក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទី១ ដែលជាបរិបទនៃទម្លាប់ថ្មីនេះនឹងត្រូវអនុវត្តតាម**សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន ១០ ធំៗ រួមមាន÷**

១- ការអនុវត្តវិធានទ្រទ្រង់សេដ្ឋកិច្ចសំដៅការកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ទៅលើឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍
២- បន្តតាមដានផលប៉ះពាល់ពីជំងឺកូវីដ-១៩ មកលើសេដ្ឋកិច្ចទេសចរណ៍ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩
៣- ការផ្តល់កិច្ចគាំពារអាជីវកម្មទេសចរណ៍ខ្នាតតូច និងខ្នាតមធ្យម
៤- ការសម្រួចឡើងវិញនូវខ្សែចង្វាក់តម្លៃទេសចរណ៍ ឆ្ពោះទៅការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព និងលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន តាមរយៈការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក “បង្កើតអន្តរសកម្មរវាងវិស័យទេសចរណ៍ កសិកម្ម សិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ និងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត”
៥- ជំរុញការអនុវត្ត និងផ្សព្វផ្សាយពីវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ “ទម្លាប់ថ្មីនៃទេសចរណ៍ និងការធ្វើដំណើរ” ក្រោមយុទ្ធនាការ “ការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព - Safe Travel”
៦- ជំរុញការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ដើម្បីពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រង ពង្រីកវិសាលភាពនៃការផ្សព្វផ្សាយ និងបង្កើនផលិតភាពនៃការផ្តល់សេវាកម្មទេសចរណ៍
៧- ជំរុញការក្តាប់យកភាពជាម្ចាស់ការលើដំណើរការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញ ដោយប្រើប្រាស់ទេពកោសល្យ និងធនធានដែលមានស្រាប់នៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍
៨- រៀបចំកម្មវិធីប្រកួតប្រជែងធុរកិច្ចថ្មីៗ (Startups) ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដែលមានសក្តានុពល

៩- ការត្រៀមលក្ខណៈសម្បត្តិឱ្យបុគ្គលិកក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ត្រៀមខ្លួនឆ្ពោះទៅដំណាក់កាលស្តារឡើងវិញ (តាមរយៈការពង្រឹងជំនាញវិជ្ជាជីវៈ និងសមត្ថភាពខ្លួន)

១០- សិក្សារៀបចំមូលនិធិលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។

ខ- យុទ្ធសាស្ត្រទី២: ជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងត្រៀមទទួលភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ÷ "ទេសចរពិសេសស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រង"

(**៦២**). ក្រៅពីការធានាបាននៅភាពរស់រានឡើងនៃអាជីវកម្មទេសចរណ៍ហើយនិងការងារ គឺត្រូវមានការគិតអំពីការជំរុញឱ្យមានតម្រូវការដែលអាចធ្វើទៅកើតនៅក្នុងដំណាក់កាលនេះ។ ដូច្នេះ យុទ្ធសាស្ត្រទី២ នេះត្រូវបានចែកចេញជា **០២ចំណុច**សំខាន់ៗ រួមមាន÷

ចំណុចទី១). យុទ្ធនាការជំរុញ "ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក"

១- បង្កើតយន្តការបង្កលក្ខខណ្ឌងាយស្រួលដល់សកម្មភាពដំណើរកម្សាន្ត និងទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក (ក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី) ដោយយោងលទ្ធផលនៃការអង្កេតរបស់**មជ្ឈមណ្ឌលកម្ពុជា ៤.០**[9] *"ប្រជាពលរដ្ឋភាគច្រើន នៅតែមានតម្រូវការខ្ពស់ក្នុងការធ្វើដំណើរកម្សាន្តនៅតាមគោលដៅរាជធានី-ខេត្តទូទាំងប្រទេស ជាពិសេសនៅពេលសភាពការណ៍នៃការរីករាលដាលជំងឺឆ្លងកូវីដ-១៩ ហាក់មានភាពស្ងប់ស្ងាត់។ ក្នុងន័យនេះ គួរត្រៀមរៀបចំកញ្ចប់ដំណើរកម្សាន្តថ្មីៗ ប្លែកៗនៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍នានា ដែលមានប្រជាប្រិយភាពខ្លាំង ហើយដែលមានភាពទាក់ទាញជាពិសេសសម្រាប់ក្រុមទេសចរយុវវ័យ ដែលអាចជាប្រភេទទីផ្សារទេសចរណ៍ដើបឆាប់រហ័សជាងគេ"*។

២- យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយគោលដៅ និងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍នានាតាមប្រព័ន្ធឌីជីថល

៣- ការអភិវឌ្ឍគម្រោងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវ័ន្ត (ផ្លូវ ជាអាទិភាព) និងបញ្ចូលទឹក ភ្លើង លូ និងការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន (ជាពិសេសម្រាម) ដើម្បីជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងត្រៀមការងើបឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព។

ចំណុចទី២). ការត្រៀមលក្ខណៈសម្បត្តិទទួលស្វាគមន៍ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ (កម្រិតតំបន់)

១- យុទ្ធនាការទំនាក់ទំនងសាធារណៈជាសារ "**កម្ពុជាកំពុងរង់ចាំអ្នក - Cambodia is waiting for you**" និងការផ្តល់នូវព័ត៌មានជាក់លាក់ និងគ្រប់គ្រាន់ពាក់ព័ន្ធទៅនឹងវិធានការរឹតត្បិតការធ្វើដំណើរ

២- ការផ្សព្វផ្សាយកម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយសុវត្ថិភាព: ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រទំនាក់ទំនង និងបង្កើតយន្តការច្បាស់លាស់ដើម្បីកសាងភាពជឿទុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់ពីភ្ញៀវទេសចរ (Build Trust and Confidence)។ ត្រង់ចំណុចនេះ យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយនេះ ត្រូវធ្វើឱ្យបានខ្លាំងចាប់ពីចុងដំណាក់កាលទី១ (ឆ្នាំ២០២១) ដើម្បីចាប់យកកាលានុវត្តភាព ស្របពេលដែលកម្ពុជាត្រូវបានពិភពលោកវាយតម្លៃ និងទទួលស្គាល់ថាជាប្រទេសជាប់ចំណាត់ថ្នាក់**លេខ១ នៅលើពិភពលោក (ក្នុងចំណោម ១៦៦ប្រទេស) "ជាប្រទេសដែលគ្រប់គ្រងជំងឺឆ្លង និងផលប៉ះពាល់ពីជំងឺកូវីដ-១៩ បានល្អជាងគេ"**[10]។

---

[9] លទ្ធផលនៃការវិភាគលើការស្ទង់មតិ ស្តីពី "**ផលប៉ះពាល់នៃការរីករាលដាលសកលជំងឺកូវីដ-១៩ លើទិដ្ឋភាពបច្ចេកវិទ្យា និងវិស័យសេដ្ឋកិច្ចសង្គម**"។

[10] យោងតាមរបាយការណ៍របស់ Le Bureau de Prospective Economique (BPE) du Senegal ចុះថ្ងៃទី២០ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២០។

៣- រៀបចំយុទ្ធនាការកម្ពុជាជា “**គោលដៅទេសចរណ៍ស្អាត បៃតង និងសុវត្ថិភាព (Clean, Green and Safety)**” និងបន្តជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំង “**ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ**” ពីព្រោះថា “**ភាពស្អាត**” នឹងក្លាយជាទម្លាប់ថ្មីសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩

៤- សិក្សា និងរៀបចំគម្រោងទេសចរណ៍ប្រភេទ “**ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព - One way and Closed-Loop Chartered Planes/Travel Bubble/Safe Travel Pass**” ជាមួយប្រទេសក្នុងតំបន់អាស៊ាន និងអាស៊ានបូកបី (ចិន ជប៉ុន កូរ៉េ ថៃ វៀតណាម សិង្ហបុរី)

៥- សិក្សា និងរៀបចំយន្តការធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង (Self-driving Tour) ជាមួយប្រទេសជិតខាង

៦- ពង្រឹងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ ឆ្ពោះទៅការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញ និងជំរុញទាក់ទាញប្រភេទទេសចរពិសេស (ទេសចរគុណភាព) ស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រង ដោយបង្កើតឱ្យមានទិដ្ឋាការពិសេស (Special Tourist Visa) ឬគោលនយោបាយនានាសម្រាប់ទេសចរបរទេសដែលធ្វើដំណើរមកទស្សនាកម្ពុជារយៈពេលយូរ

៧- កំណត់ និងសិក្សាអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ដែលកម្ពុជាមានសក្តានុពលក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩។

គ. យុទ្ធសាស្ត្រទី៣: រៀបចំយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ឡើងវិញ÷

(៦៣). ក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទី៣នេះ ផែនទីចង្អុលផ្លូវស្នើដាក់ចេញនូវសកម្មភាពសំខាន់ៗចំនួន **៣ចំណុច** ដើម្បីរៀបចំអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ឡើងវិញ រួមមាន÷

ចំណុចទី១). សិក្សា និងរៀបចំយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ (ថ្នាក់ជាតិ)

- ពង្រឹងរចនាសម្ព័ន្ធឆ្លើយតបដំណាក់កាលក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ។

ចំណុចទី២). ពង្រឹងយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ក្នុងកម្រិតថ្នាក់រាជធានី-ខេត្ត

- ការរៀបចំបង្កើតអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ (DMOs) តាមរាជធានី-ខេត្ត និងគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ។

ចំណុចទី៣). ពង្រឹងអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ក្នុងកម្រិតប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍

- ការរៀបចំផែនការពង្រឹងគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ល្អៗផ្សារភ្ជាប់នឹងសុវត្ថិភាព និងបង្កើនបទពិសោធន៍ល្អៗនៅតាមរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍នានា ដោយយោងតាមស្មារតីរបស់**កិច្ចប្រជុំរដ្ឋមន្ត្រីទេសចរណ៍អាស៊ានលើកទី២៤ និងកិច្ចប្រជុំពាក់ព័ន្ធ**តាមរយៈប្រព័ន្ធវីឌីអូ នៅថ្ងៃទី ៤-៥ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០២១ នៅសណ្ឋាគារសូហ្វីតែលភ្នំពេញ រដ្ឋមន្ត្រីទេសចរណ៍អាស៊ានបានឯកភាព និងបានលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការចូលរួមកាន់តែសកម្មថែមទៀតលើភាគីពាក់ព័ន្ធនៅកម្រិតមូលដ្ឋាន ពិសេសវិស័យឯកជននៅកម្រិតសហគមន៍ និងរមណីយដ្ឋានតែម្តងក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍[11]។

[11] យោងសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានរួម របស់កិច្ចប្រជុំរដ្ឋមន្ត្រីទេសចរណ៍អាស៊ានលើកទី២៤ និងកិច្ចប្រជុំពាក់ព័ន្ធតាមរយៈប្រព័ន្ធវីឌីអូ នៅថ្ងៃទី ៤៥ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០២១ រាជធានីភ្នំពេញ (ទំព័រទី៤ កថាខណ្ឌទី១៩)

ផែនការសកម្មភាពអនុវត្តសង្ខេបនៃដំណាក់កាលទី១ : ការគ្រប់គ្រងវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ការស្តារឡើងវិញ (២០២០-២០២១)

យុទ្ធសាស្ត្រ	**១.១- ជំនួយផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចចំពោះវិស័យឯកជន និងការងារ**	**១.២- ជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងត្រៀមទទួលភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ “ទេសចរពិសេសស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រង”**	**១.៣- រៀបចំយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ឡើងវិញ**
ដំណាក់កាលទី១ (Resilience and Restart) (ឆ្នាំ២០២០-២០២១)	១.១.១- ការអនុវត្តវិធានទ្រទ្រង់សេដ្ឋកិច្ចសំដៅការកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ទៅលើឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍	**១.២.១ យុទ្ធនាការជំរុញ “ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក”**	**១.៣.១- សិក្សា និងរៀបចំយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ (ថ្នាក់ជាតិ)**
	១.១.២- បន្តតាមដានផលប៉ះពាល់ពីជំងឺកូវីដ-១៩ មកលើសេដ្ឋកិច្ចទេសចរណ៍ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩	១.២.១.១- បង្កើតយន្តការបង្កលក្ខខណ្ឌងាយស្រួលដល់សកម្មភាពដំណើរកម្សាន្ត និងទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក (ក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី)	១.៣.១.១- ពង្រឹងរចនាសម្ព័ន្ធឆ្លើយតបដំណាក់កាលក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩
	១.១.៣- ការផ្តល់កិច្ចគាំពារអាជីវកម្មទេសចរណ៍ខ្នាតតូច និងខ្នាតមធ្យម	១.២.១.២- យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយគោលដៅ និងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍នានាតាមប្រព័ន្ធឌីជីថល	**១.៣.២- អភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ក្នុងកម្រិតថ្នាក់រាជធានី-ខេត្ត**
	១.១.៤- ការសម្រួចឡើងវិញនូវខ្សែចង្វាក់តម្លៃទេសចរណ៍ ឆ្ពោះទៅការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព និងលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន តាមរយៈការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក “បង្កើតអន្តរសកម្មរវាងវិស័យទេសចរណ៍ កសិកម្ម សិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ និងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត”	១.២.១.៣- ការអភិវឌ្ឍគម្រោងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវ័ន្ត (ផ្លូវ ជាអាទិភាព) និងបញ្ចូលទឹក ភ្លើង លូ និងការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន (ជាពិសេសម្រាម) ដើម្បីជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងត្រៀមការងើបឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព	១.៣.២.១- ការរៀបចំបង្កើតអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ តាមរាជធានី-ខេត្ត និងគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ
	១.១.៥- ជំរុញការអនុវត្ត និងផ្សព្វផ្សាយពីវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ “ទម្លាប់ថ្មីនៃទេសចរណ៍ និងការធ្វើដំណើរ” ក្រោមយុទ្ធនាការ “ការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព”	**១.២.២- ការត្រៀមលក្ខណៈសម្បត្តិទទួលស្វាគមន៍ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ (កម្រិតតំបន់)**	**១.៣.៣- ពង្រឹងអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ក្នុងកម្រិតប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍**
	១.១.៦- ជំរុញការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ដើម្បីពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងពង្រីកវិសាលភាពនៃការផ្សព្វផ្សាយ និងបង្កើនផលិតភាពនៃការផ្តល់សេវាកម្មទេសចរណ៍	១.២.២.១- យុទ្ធនាការទំនាក់ទំនងសាធារណៈជាសារ “កម្ពុជាកំពុងរង់ចាំអ្នក - Cambodia is waiting for you” និងការផ្តល់នូវព័ត៌មានជាក់លាក់ និងគ្រប់គ្រាន់ពាក់ព័ន្ធទៅនឹងវិធានការរឹតត្បិតការធ្វើដំណើរ	១.៣.៣.១- ការរៀបចំផែនការពង្រឹងគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ល្អៗផ្សារភ្ជាប់នឹងសុវត្ថិភាព និងបង្កើនបទពិសោធន៍ល្អៗនៅតាមរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍នានា។
	១.១.៧- ជំរុញការក្តាប់យកភាពជាម្ចាស់ការលើដំណើរការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញដោយប្រើប្រាស់ទេពកោសល្យ និងធនធានដែលមានស្រាប់នៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍	១.២.២.២- ការផ្សព្វផ្សាយកម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយសុវត្ថិភាពៈ ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រទំនាក់ទំនង និងបង្កើតយន្តការច្បាស់លាស់ដើម្បីកសាងភាពជឿទុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់ពីភ្ញៀវទេសចរ	
	១.១.៨- រៀបចំកម្មវិធីប្រកួតប្រជែងធុរកិច្ចថ្មីៗ (Startups) ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដែលមានសក្តានុពល	១.២.២.៣- រៀបចំយុទ្ធនាការកម្ពុជាជា “គោលដៅទេសចរណ៍ស្អាត បៃតង និងសុវត្ថិភាព” និងបន្តជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំង “ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ” ពីព្រោះថា “ភាពស្អាត” នឹងក្លាយជាទម្លាប់ថ្មីសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩	
	១.១.៩- ការត្រៀមលក្ខណៈសម្បត្តិឱ្យបុគ្គលិកក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ត្រៀមខ្លួនឆ្ពោះទៅដំណាក់កាលស្តារឡើងវិញ (តាមរយៈការពង្រឹងជំនាញវិជ្ជាជីវៈ និងសមត្ថភាពខ្លួន)	១.២.២.៤- សិក្សា និងរៀបចំគម្រោងទេសចរណ៍ប្រភេទ “ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព - One way and Closed-Loop Chartered Planes/Travel Bubble/Safe Travel Pass” ជាមួយប្រទេសក្នុងតំបន់អាស៊ាន និងអាស៊ានបូកបី (ចិន ជប៉ុន កូរ៉េ ថៃ វៀតណាម សិង្ហបុរី)	
	១.១.១០- សិក្សារៀបចំមូលនិធិលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា	១.២.២.៥- សិក្សា និងរៀបចំយន្តការធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង (Self-driving Tour) ជាមួយប្រទេសជិតខាង	
		១.២.២.៦- ពង្រឹងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ ឆ្ពោះទៅការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញ និងជំរុញទាក់ទាញប្រភេទទេសចរពិសេស (ទេសចរគុណភាព) ស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រង ដោយបង្កើតឱ្យមានទិដ្ឋាការពិសេស ឬគោលនយោបាយនានាសម្រាប់ទេសចរបរទេសដែលធ្វើដំណើរមកទស្សនាកម្ពុជារយៈពេលយូរ	
		១.២.២.៧- កំណត់ និងសិក្សាអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ដែលកម្ពុជាមានសក្តានុពលក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩	

ផែនការសកម្មភាពអនុវត្តលម្អិតសម្រាប់ដំណាក់កាលទី១ : ការគ្រប់គ្រងវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ការស្តារឡើងវិញ (ឆ្នាំ២០២០-២០២១)

ផែនការសកម្មភាពស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩				
ល.រ.	**សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រ**	**សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រលម្អិត**	**ទឡ្ហីករណ៍**	**អង្គភាពទទួលខុសត្រូវ**
ដំណាក់កាលទី១ : ការគ្រប់គ្រងវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ការស្តារឡើងវិញ (ឆ្នាំ២០២០-២០២១)				
១.១- ជំនួយផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចចំពោះវិស័យឯកជន និងការងារ				
១.១.១-	ការអនុវត្តវិធានទ្រទ្រង់សេដ្ឋកិច្ចសំដៅការកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ទៅលើឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍	• សិក្សា និងរៀបចំវិធានការទ្រទ្រង់សេដ្ឋកិច្ច ដើម្បីគាំទ្រដល់វិស័យទេសចរណ៍ក្នុងដំណាក់កាលនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ • បច្ចុប្បន្នភាព**កញ្ចប់ថវិកាសង្គ្រោះ**របស់រាជរដ្ឋាភិបាលឱ្យស្របទៅតាមស្ថានភាពជាក់ស្តែងដើម្បីការពារឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍កម្ពុជា និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ • រៀបចំ**កញ្ចប់ថវិកាអន្តរាគមន៍ពិសេស (Intervention Package)** សម្រាប់តំបន់ដែលរងគ្រោះខ្លាំងជាងគេ ដូចជាខេត្តសៀមរាប	រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានដាក់ចេញវិធានការទ្រទ្រង់សេដ្ឋកិច្ចដើម្បីគាំទ្រដល់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ក្រោមស្ថានភាពនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (បាន ០៧ជុំ រួចហើយ)។ ជាពិសេសខេត្តសៀមរាប ដែលកំពុងរងគ្រោះយ៉ាងខ្លាំង ដោយប្រជាជនប្រមាណជា ៨០% ដែលទទួលសេដ្ឋកិច្ចពីវិស័យទេសចរណ៍។ បណ្តាអាជីវកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍មួយចំនួនត្រូវបានបិទទ្វារ ហើយអត្រាគ្មានការងាររបស់បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងវិស័យនេះក៏មានការកើនឡើងផងដែរ។ វាចាំបាច់ត្រូវមានវិធានការដាក់ចេញផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចសំខាន់មួយចំនួន ដែលផ្តល់ការគាំទ្រដល់ធុរកិច្ច និងអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលទទួលផលពីសេដ្ឋកិច្ចទេសចរណ៍។ **ការីទេសចរណ៍** មិនរំពឹងថានឹងមានចលនាណានៃការកក់សំបុត្រ ណាមួយរហូតដល់រដូវកាលភ្ញៀវទេសចរច្រើននៅឆ្នាំ២០២១។ ការកក់សំបុត្រនេះរំពឹង	- ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ - ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ

			ថាមិនលើសពី ៣០% ទៅ៤០% ធៀបទៅនឹងរដូវកាលភ្ញៀវទេសចរច្រើនក្នុងរយៈពេលមុនវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នាពេលកន្លងមក។ ការលើកលែងពន្ធសម្រាប់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ (Tax Holiday) គួរតែត្រូវបានពន្យារពេលយ៉ាងហោចណាស់រហូតដល់ពាក់កណ្ដាលឆ្នាំ ២០២១ ។ រីឯសេដ្ឋកិច្ចទេសចរណ៍ក្រៅផ្លូវការ និងបុគ្គលិកដែលមានប្រាក់ខែទាបក៏អាចរងគ្រោះខ្លាំងផងដែរ ប្រសិនបើវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩នេះនៅបន្តរយៈពេលតទៅទៀត។ ករណីនេះ**កញ្ចប់ហិរញ្ញវត្ថុគាំទ្រ** គួរសិក្សារៀបចំអនុវត្តដើម្បីជំនួយដល់អ្នកដែលងាយរងគ្រោះខ្លាំងបំផុត(ជាក់ស្ដែងបច្ចុប្បន្ននេះ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានដាក់ចេញរួចហើយនូវ **កម្មវិធីឧបត្ថម្ភសាច់ប្រាក់ជូនគ្រួសារក្រីក្រ និងងាយរងគ្រោះ ក្នុងកំលុងពេលជំងឺកូវីដ-១៩** ដល់ប្រជាពលរដ្ឋក្រីក្រដែលមានបណ្ណសមធម៌ (ក្រ-១ និងក្រ-២) ចំនួន ៥៦ម៉ឺនគ្រួសារ រួចហើយដែរ)។	
១.១.២-	បន្តតាមដានផលប៉ះពាល់ពីជំងឺកូវីដ-១៩ មកលើសេដ្ឋកិច្ចទេសចរណ៍ ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩	• ការប្រមូលព័ត៌មានជាក់លាក់អំពី ផលប៉ះពាល់មកលើសេដ្ឋកិច្ចទេសចរណ៍កម្ពុជា÷ - ធ្វើការស្ទង់មតិនានា និងត្រូវសិក្សា ស្ដីពីផលប៉ះពាល់ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុមកលើឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ និងខ្សែចង្វាក់តម្លៃក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ - រៀបចំឱ្យមានការសិក្សាបន្ថែមដែលចាំបាច់ពាក់ព័ន្ធនឹងទំនាក់ទំនងរវាងវិស័យទេស -	ដើម្បីដាក់ចេញនូវវិធានការសមស្របបំផុត ទិន្នន័យដ៏ត្រឹមត្រូវគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់។ អង្គការជាច្រើនទាំងផ្នែករដ្ឋាភិបាល និងក្នុងចំណោមសហគមន៍អន្តរជាតិ បានធ្វើការស្ទង់មតិដោយពិនិត្យមើលផលប៉ះពាល់នៃជំងឺកូវីដ-១៩ មកលើវិស័យផ្សេងៗគ្នានៃសេដ្ឋកិច្ចជាតិទាំងមូល។ ទាំងនេះគួរតែត្រូវបានយកមកវិភាគយ៉ាងស៊ីជម្រៅដោយអ្នកវិភាគសេដ្ឋកិច្ច និងទេសចរណ៍សម្រាប់ក្រសួងទេសចរណ៍។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - សមាគមក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

		ចរណ៍ និងវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ - ត្រូវមានរបាយការណ៍ពីផលប៉ះពាល់ពីជំងឺកូវីដ-១៩ ទៅលើសេដ្ឋកិច្ចទេសចរណ៍ (ប្រចាំខែ) - រៀបចំប្រព័ន្ធប្រមូលទិន្នន័យតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ឬបែបប្រពៃណី ជាប្រចាំ និងប្រព័ន្ធផ្តល់របាយការណ៍ផលប៉ះពាល់លើផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ និងតម្រូវការក្នុងវិស័យទេសចរណ៍) • បង្កើតឱ្យមានគណនីរណបទេសចរណ៍ (Tourism Satellite Account)	ដោយសារស្ថានភាព និងឥទ្ធិពលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ មានការវិវត្តគួរឱ្យកត់សម្គាល់ និងរហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ននេះមិនទាន់មានស្ថាប័ន ឬភាគីណាមួយអាចវាយតម្លៃដឹងពីជំងឺកូវីដ-១៩ នេះអាចបញ្ចប់បាននៅពេលណានោះទេ ដែលចំណុចនេះតម្រូវឱ្យកិច្ចចូលរួមសហការគ្នារវាងសមាគមឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ និងក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ត្រូវតាមដាន និងសិក្សាឱ្យបានជាប្រចាំអំពីផលប៉ះពាល់ និងឥទ្ធិពលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ លើវិស័យទេសចរណ៍។ ក្នុងរយៈពេលវែង ចាំបាច់ត្រូវបំពាក់នូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងមធ្យោបាយដល់ក្រសួងទេសចរណ៍ដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យត្រឹមត្រូវ និងអាចវាយតម្លៃអំពីផលប៉ះពាល់សេដ្ឋកិច្ចសង្គមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។ ដូច្នេះគួរតែពិចារណាបង្កើតគណនីរណបទេសចរណ៍សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងនិងវិភាគទិន្នន័យដែលទាក់ទងនឹងវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យបានឆាប់រហ័សជាទីបំផុត។	
១.១.៣-	ការផ្តល់កិច្ចគាំពារអាជីវកម្មទេសចរណ៍ខ្នាតតូច និងខ្នាតមធ្យម	• ផ្ទេរសមត្ថកិច្ចជូនក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន ដែលជាស្ថាប័នតែមួយក្នុងការផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណដឹកជញ្ជូនភ្ញៀវទេសចរ • សហការជាមួយក្រសួងសុខាភិបាលក្នុងការដាក់បញ្ចូលការផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណអាជីវកម្មភោជនីយដ្ឋាន និងវិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់អនាម័យភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋាន ទៅក្នុងថ្នាលអនឡាញ CamDX • សម្រួលការផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ច្រើនប្រភេទ	សហគ្រាសខ្នាតតូច និងខ្នាតមធ្យមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ជាផ្នែកខ្លាំងមួយនៃសេដ្ឋកិច្ចទេសចរណ៍ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ប៉ុន្តែវាក៏ជាផ្នែកមួយ ដែលងាយរងគ្រោះបំផុតដោយសារវិបត្តិ។ នេះរួមបញ្ចូលទាំងសហគ្រាសសង្គមដែលគាំទ្រសហគ្រាសសហគមន៍ខ្នាតតូចជាច្រើន។ វិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នេះបានបង្ហាញនូវសារៈសំខាន់ និងតួនាទីនៃវិស័យទេសចរណ៍ ក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាយ៉ាងច្បាស់ ដែលទាមទារឱ្យមានការគិតគូរបន្ថែមទៀតលើ	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ - ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍

		ចំពោះបុគ្គលស្នើសុំតែម្នាក់ចេញពីទីតាំងតែមួយតាមរយៈថ្នាលអនឡាញ CamDX • ធ្វើវិសោធនកម្មច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធដើម្បីកែសម្រួលប្រព័ន្ធចំណាត់ថ្នាក់ធុរកិច្ចទេសចរណ៍ដែលជាអាជីវកម្មទេសចរណ៍ធុនតូចនិងមធ្យម ពីលក្ខខណ្ឌតម្រូវមកជាលក្ខខណ្ឌស្ម័គ្រចិត្ត • ត្រូវធ្វើការត្រួតពិនិត្យឡើងវិញឱ្យច្បាស់លាស់ លើតម្រូវការ និងទំហំនៃសហគ្រាសខ្នាតតូច និងខ្នាតមធ្យមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ព្រមទាំងសហគ្រាសដ៏ទៃទៀតដែលពាក់ព័ន្ធនៅក្នុងខ្សែចង្វាក់តម្លៃក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ។ • ផ្តល់កិច្ចគាំទ្រដល់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ធុនតូច និងមធ្យមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ទទួលបាននូវការគាំទ្រពីកញ្ចប់ថវិកា/មូលនិធិរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលដែលបច្ចុប្បន្ន។ រាជរដ្ឋាភិបាលមានកញ្ចប់ថវិកាសរុបចំនួន ៥០០លានដុល្លារ ក្នុងនោះ÷ - មូលនិធិធានាឥណទាន (Credit Guarantee Fund)÷ មានចំនួន ២០០លានដុល្លារ ដែលរាជរដ្ឋាភិបាលនឹងបង្កើតអង្គភាពមួយ ដែលមានការចូលរួមពីធនាគារជាដៃគូដើម្បីបង្កើតជាសារជីវកម្មធានាឥណទានដល់ម្ចាស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដែលគ្មានទ្រព្យធានាដើម្បីខ្ចីលុយពីធនាគារ ហើយស្ថាប័ន	ខ្សែចង្វាក់តម្លៃបន្ថែមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។ ការសិក្សាអំពីខ្សែចង្វាក់តម្លៃនៃកម្មវិធីពង្រឹងសមត្ថភាពក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ក្រោមគម្រោងហិរញ្ញប្បទាននៃគម្រោងពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់ទីភ្នាក់ងារបារាំងសំរាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ (AFD) អាចផ្តល់ការយល់ដឹងបន្ថែមពីអន្តរសកម្មរវាងវិស័យកសិកម្ម សិប្បកម្ម និងវិស័យទេសចរណ៍ និងក៏ដូចជាពង្រឹងរចនាសម្ព័ន្ធនៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍កម្ពុជាឡើងវិញឆ្លើយតបនឹងជំងឺកូវីដ-១៩។ សហគ្រាសខ្នាតតូច និងខ្នាតមធ្យមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍មានចំណែកធំក្នុងខ្សែចង្វាក់ផលិតកម្មទេសចរណ៍។ អាជីវកម្មធុនតូច និងមធ្យមមានសក្តានុពលខ្ពស់ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយកម្ពុជា និងអាចផ្តល់ការស្វាគមន៍យ៉ាងកក់ក្តៅ ប្រកបដោយស្នាមញញឹមពិតប្រាកដដល់ភ្ញៀវទេសចរស្របតាមពាក្យស្លោក "**កម្ពុជាប្រទេសតូចបេះដូងទូលាយ**"។	

		ធានាឥណទាននោះ ជាអ្នកធានាជំនួសឱ្យម្ចាស់អាជីវកម្មដែលខ្ចី។ - កិច្ចគាំទ្រហិរញ្ញប្បទាន (Financial Facility)៖ ជំហានបន្ទាប់ដែលរាជរដ្ឋាភិបាលបានគិតគូរក្នុងវិធានការជុំទី៤ ដែលនឹងផ្តល់ថវិកាចំនួន ៣០០លានដុល្លារទៀត ដើម្បីផ្តល់ឥណទានដល់ម្ចាស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងវិស័យនានា រួមមានវិស័យទេសចរណ៍ផងដែរដែលត្រូវការឥណទានយកទៅប្រើប្រាស់ដើម្បីចូលរួមស្តារសេដ្ឋកិច្ច ឱ្យបានងើបឈរឡើងវិញ ហើយបន្តដំណើរទៅមុខទៀតក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩។ ការងារនេះក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុកំពុងរៀបយន្តការ និងដាក់ឱ្យអនុវត្តឆាប់ៗខាងមុខ។		
		• ការផ្តល់កិច្ចគាំទ្រផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច ដើម្បីធានារក្សាឱ្យបានប្រភេទអាជីវកម្ម ឬគម្រោងទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកមានលក្ខណៈ (Flagship tourism) : ក្រសួងទេសចរណ៍ត្រូវធ្វើការជាមួយក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធដើម្បីផ្តល់នូវអន្តរាគមន៍ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចក្នុងករណីចាំបាច់ ដើម្បីការពារ និងរក្សាឱ្យបាននូវប្រភេទអាជីវកម្ម ឬគម្រោងទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកមានលក្ខណៈ (Flagship Tourism) មិនឱ្យដួលរលំក្នុងដំណាក់កាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ (ដូចជា កាត់បន្ថយ និងលើកលែងពន្ធ ថ្លៃភ្លើង ទឹក ការជួលទីតាំង ឬអត្រាការប្រាក់)។	រូបភាពទេសចរណ៍ របស់កម្ពុជា បានមកពីភ្ញៀវទេសចរ និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដែលពួកគេបានទទួលបទពិសោធន៍ផ្សេងៗគ្នា និងធ្វើការចែករំលែកទៅកាន់ពិភពលោក។ បទពិសោធន៍មួយចំនួន ទទួលបានពីផលិតផលទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកផងដែរ។ ជាឧទាហរណ៍ដ៏សំខាន់មួយ គឺសិប្បករអង្គរ - Artisans d'Angkor ដែលជាសហគ្រាសសង្គមឈានមុខគេ និងជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់នៃការផ្តល់សេវាកម្មជូនភ្ញៀវទេសចរនៅក្នុងខេត្តសៀមរាប។ Artisans d'Angkor គឺជាសហ-គ្រាសក្នុងស្រុកធំមួយនៅក្នុងខេត្តសៀមរាប ហើយការ	

			បិទទ្វាររបស់សហគ្រាសនេះនឹងប៉ះពាល់ដល់សហគមន៍ជាច្រើន។ Artisans d‘Angkor គឺជាកន្លែងទាក់ទាញមួយ និងល្បីល្បាញសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ។ ដូច្នេះ ក្នុងករណីចាំបាច់ត្រូវគាំពារប្រភេទគម្រោង ឬសហគ្រាសដែលមានលក្ខណៈ (Flagship Tourism) នេះឱ្យឆ្លងផុតពីដំណាក់កាលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ និងត្រៀមខ្លួនទៅរកការងើបឡើងវិញ។	
១.១.៤-	ការសម្រួចឡើងវិញនូវខ្សែចង្វាក់តម្លៃទេស-ចរណ៍ ឆ្ពោះទៅការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព និងលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន តាមរយៈការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក “បង្កើតអន្តរសកម្មរវាងវិស័យទេសចរណ៍ កសិកម្ម សិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ និងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត”	• កំណត់អត្តសញ្ញាណដៃគូសក្តានុពលដែលជាតួអង្គសំខាន់ៗក្នុងគម្រោងនេះ (សហគមន៍ជនបទ អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល។ ល។) • បង្កើតអន្តរការីសម្របសម្រួល និងផ្គូរផ្គងរវាងប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងផលិតករក្នុងស្រុក • បង្កើតបណ្តាញសិប្បករ និងកសិករដែលមានស្នាដៃឆ្នើមទទួលបានស្លាកសញ្ញាទេសចរណ៍បៃតង និងច្នៃប្រឌិត • បង្កើតស្លាកសញ្ញាប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក **(កេរ្តិ៍)** ដែលទទួលស្គាល់គុណភាពពី បណ្តាស្ថាប័នជាតិ និងអន្តរជាតិ ព្រមទាំងផ្សព្វផ្សាយស្លាកយីហោ **(កេរ្តិ៍)** នេះឱ្យកាន់តែខ្លាំង • ពង្រឹងគម្រោងខ្សែក្រវាត់បៃតងក្នុងខេត្តគោលដៅទេសចរណ៍ធំៗ (រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ)	វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាបានកំពុងដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការលើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចមូល-ដ្ឋានកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ការទាញយកផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចសង្គមពីឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប នៅមានកម្រិត ក្នុងនោះសេដ្ឋកិច្ចប្រជាពលរដ្ឋមានភាពផ្ទុះធ្លាយសេដ្ឋកិច្ចក្នុងរង្វង់ប្រមាណ (២៥%-៣០%) នៅឡើយ។ ផ្ទុយទៅវិញកម្ពុជាមានសក្តានុពលខ្ពស់ក្នុងវិស័យកសិកម្មដែលអាចផ្គត់ផ្គង់ដល់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍បានខ្ពស់ ប៉ុន្តែទាមទារឱ្យមានការគោរពស្តង់ដាគុណភាព និងនិយាមរបស់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍។ល។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងកសិកម្មរុក្ខា-ប្រមាញ់ និងនេសាទ - ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្រ្ត បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ - ដៃគូអភិវឌ្ឍ

		• បង្កើតថ្នាល ដើម្បីផ្គូរផ្គងរវាងតម្រូវការក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ និងការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលក្នុងស្រុក • លើកទឹកចិត្តប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ឱ្យប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុកតាមរយៈ ចលនាប្រឡងប្រណាំងរង្វាន់ **សម្តេចតេជោនាយករដ្ឋមន្ត្រី “សម្រាប់ធុរកិច្ចបៃតងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍” (រង្វាន់ពិសេស)** ដល់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ដែលមានស្នាដៃឆ្នើមក្នុងការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក		
១.១.៥-	ជំរុញការអនុវត្ត និងផ្សព្វផ្សាយពីវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ “**ទម្លាប់ថ្មីនៃទេសចរណ៍ និងការធ្វើដំណើរ**” ក្រោមយុទ្ធនាការ “**ការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព**”	• **ជំរុញការអនុវត្ត÷** - ជំរុញការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ (ជំហានទី១)÷ ❖ រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ ❖ សហគមន៍ទេសចរណ៍ ❖ ភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋានទេសចរណ៍ ❖ សណ្ឋាគារ និងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ ❖ ដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ផ្លូវទឹក ❖ ដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ផ្លូវគោក ❖ កាស៊ីនោ... ❖ កាវីទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ❖ មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងអ្នកបកប្រែភាសាបន្ត - បន្តរៀបចំវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ (ជំហានទី២)÷	ធានាឱ្យមានការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពឱ្យបានជាប់លាប់សម្រាប់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ដើម្បីរក្សាអនាម័យ និងកសាងទំនុកចិត្តភ្ញៀវទេសចរ ដោយទាមទារការអនុវត្តគ្រប់ផ្នែកទាំងអស់ស្របតាមការណែនាំសុវត្ថិភាពរបស់ក្រសួងសុខាភិបាល។ ការធ្វើដំណើរក្នុងទម្លាប់ថ្មី គឺភ្ញៀវទេសចរផ្តោតសំខាន់លើការវាយតម្លៃអំពីសុវត្ថិភាពនៃគោលដៅទេសចរណ៍នោះ។ ការដាក់ឱ្យអនុវត្តនូវវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិ នឹងក្លាយជាកត្តាដ៏រឹងមាំក្នុងការស្តារទំនុកចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរឡើងវិញ និងក៏ដូចជាធានានូវសុវត្ថិភាពសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ និងភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ ស្របតាមពាក្យស្លោក “**សុវត្ថិភាពរបស់អ្នក គឺជាសុវត្ថិភាពរបស់យើងខ្ញុំ**” “**សុវត្ថិភាពរបស់អ្នកគឺជា**	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - គណៈកម្មាធិការជាតិវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត - ក្រសួងសុខាភិបាល - រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត - វិស័យឯកជន

		❖ កីឡាទេសចរណ៍ ❖ សេវាកម្មកម្សាន្តទេសចរណ៍មនុស្សពេញវ័យ ❖ សេវាកម្មស្ប៉ា និងម៉ាស្សា ❖ សេវាកម្មម៉ាយ បន្ទប់ប្រជុំ ❖ សេវាកម្មព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ ❖ ការីទេសចរណ៍នាំភ្ញៀវចូល	**ការទទួលខុសត្រូវរបស់យើងខ្ញុំ”**	
		- រៀបចំវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍នៅតំបន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ធំៗ និងតំបន់បេតិកភណ្ឌពិភពលោក ពិសេសតំបន់អង្គរ ដោយផ្សារភ្ជាប់នឹងការគ្រប់គ្រងលំហូរភ្ញៀវទេសចរ ការបំពាក់ឧបករណ៍ ឬមធ្យោបាយសុវត្ថិភាពចាំបាច់មួយចំនួន និងការបណ្តុះបណ្តាលមន្ត្រីបុគ្គលិក និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ឆ្លើយតបនឹងវិធានការដើម្បីទប់ស្កាត់ការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ក្នុងតំបន់អង្គរ	ការគិតគូររៀបចំវិធានសុវត្ថិភាពនៅតំបន់អង្គរគឺជាសកម្មភាពអាទិភាពសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ដោយសារតែតំបន់អង្គរ គឺជាគោលទេសចរណ៍អាទិភាពចម្បងរបស់កម្ពុជា។ ដូច្នេះ យើងគួរគិតគូររៀបចំគោលការណ៍ប្រតិបត្តិស្តង់ដា វិធានសុវត្ថិភាពក្នុងតំបន់អង្គរមួយ អមជាមួយការសម្រួលការគ្រប់គ្រងលំហូរភ្ញៀវទេសចរ ការបំពាក់ឧបករណ៍ ឬមធ្យោបាយសុវត្ថិភាពចាំបាច់មួយចំនួន (ទឹកអាល់កុល ប្រដាប់វាស់កំដៅ ។ល។) និងការបណ្តុះបណ្តាលមន្ត្រីបុគ្គលិក និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ឆ្លើយតបនឹងវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ ដើម្បីទប់ស្កាត់ការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ក្នុងតំបន់អង្គរ។	- អាជ្ញាធរជាតិអប្សរា - គ្រឹះស្ថានអង្គរ - ក្រសួងសុខាភិបាល
		- បន្តជំរុញការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពនៅថ្នាក់ក្រោមជាតិ ក្រុង/ខណ្ឌ/សង្កាត់/ឃុំ នៅតាមរាជធានី-ខេត្ត	ការសម្រេចបានជោគជ័យនៃការអនុវត្តវិធានសុត្ថិភាពទេសចរណ៍ទាមទារឱ្យមានការចូលរួមពីរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ និងក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធផងដែរ។ ដូច្នេះ ត្រូវមានការរៀបចំយុទ្ធនាការប្រឡងប្រណាំងរាជធានី-ខេត្ត ដែលមានស្នាដៃឆ្នើមក្នុងការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ ឬ ក្រុង/ខណ្ឌ/សង្កាត់ ដែលមាន	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - គណៈកម្មាធិការជាតិវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត - រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត

			ស្នាដៃឆ្នើមក្នុងការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍។	
		- ពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តយុទ្ធនាការ “**ការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព -Safe Travel**”	ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាតាមរយៈ “**ប្រព័ន្ធចុះបញ្ជីស្នាក់នៅទេសចរណ៍**” ដែលមានគេហទំព័រ www.accommodationregistrar.net និងការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យភ្ញៀវទេសចរតាម**ប្រព័ន្ធ Telegram BOT ក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍**នឹងចូលរួមដល់ការផ្តល់ព័ត៌មានពីការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវទេសចរ ឬវត្តមានភ្ញៀវនៅតាមមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ ព័ត៌មាននេះនឹងផ្តល់លក្ខណៈងាយស្រួលដល់អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចក្នុងវិធានការទប់ស្កាត់វិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (ការស្វែងរក និងកំណត់អត្តសញ្ញាណភ្ញៀវដែលសង្ស័យជាដើម)។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត - វិស័យឯកជន
		• **ជំរុញការផ្សព្វផ្សាយ÷** - រៀបចំកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបញ្ជ្រាបការយល់ដឹងពីវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍នៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វ-ផ្សាយបណ្តាញសារព័ត៌មាន Fresh News និងបណ្តាញសង្គម។ល។ - ជំរុញការអនុវត្ត និងបញ្ជ្រាបការយល់ដឹងពីវិធានសុវត្ថិភាព និងអនាម័យ ដល់បុគ្គលិកនៅតាមបណ្តាកន្លែងធ្វើការ ដើម្បីឱ្យចេះការពារខ្លួនពីការឆ្លងជំងឺកូវីដ-១៩ ក៏ដូចជាទប់ស្កាត់ការចម្លងដល់សហគមន៍÷ ❖ បង្កើតយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយការយល់ដឹងពីវិធានសុវត្ថិភាព និងអនាម័យនៅក្នុងកន្លែង	ក្នុងរយៈពេលដំបូងនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ក្រសួងសុខាភិបាល និងក្រសួងទេសចរណ៍បានបង្កើតយុទ្ធនាការ និងសារអប់រំការយល់ដឹងជាសាធារណៈជាច្រើនដល់ប្រជាពលរដ្ឋ ភ្ញៀវទេសចរ និងសាធារណៈជន។ ប៉ុន្តែដើម្បីធានាបាននូវប្រសិទ្ធិភាពយូរអង្វែងត្រូវមានការបណ្តុះបណ្តាល និងបង្កើតឱ្យមានជនបង្គោលពីយុទ្ធនាការនេះ “**មូលដ្ឋានអាជីវកម្មមួយ ជនបង្គោលយ៉ាងហោចណាស់មួយ**” រីឯសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរត្រូវអនុវត្តតាមក្រមប្រតិបត្តិស្តីពី “**វិធានការសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍**” នៅតាមមូលដ្ឋានអាជីវកម្ម។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងព័ត៌មាន - រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត - វិស័យឯកជន - សហភាពសហព័ន្ធយុវ-ជនកម្ពុជា

		ការងារទេសចរណ៍ (ជាភាសាខ្មែរ និងភាសាអង់គ្លេស) ❖ បង្កើតយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយការយល់ដឹងពីវិធានសុវត្ថិភាព និងអនាម័យដល់ភ្ញៀវទេសចរអំពីឥរិយាបថសុវត្ថិភាព (Do's and Don'ts) អមជាមួយការបង្កើតឱ្យមានក្រមប្រតិបត្តិ ស្តីពី"**វិធានការសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍**" សម្រាប់អាជីវកម្មទេសចរណ៍នីមួយៗ។ ❖ បង្កើតយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយផលិតផល/រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ថ្មីៗដែលមាននវានុវត្តន៍		
១.១.៦-	ជំរុញការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ដើម្បីពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងពង្រីកវិសាលភាពនៃការផ្សព្វផ្សាយ និងបង្កើនផលិតភាពនៃការផ្តល់សេវាកម្មទេសចរណ៍	• ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាក្នុងការផ្សព្វផ្សាយផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ • ជំរុញការប្រើប្រាស់ការទូទាត់ប្រាក់តាមប្រព័ន្ធបាគង និង Alipay នៅក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍។ល។ • ជំរុញការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា និងការបង្កើតថ្មីៗ (ភាពច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ភាព) • ជំរុញការបណ្តុះបណ្តាលអក្ខរកម្មឌីជីថល ដល់បុគ្គលិកក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដើម្បីបង្កើនផលិតភាពក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍	ក្នុងបរិបទនៃសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល តួនាទីរបស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដែលស្គាល់ថាជា "**ទេសចរណ៍ឆ្លាតវៃ**" បំពេញនូវការពេញចិត្តភ្លាមៗ និងស្របទៅតាមបុគ្គលិកលក្ខណៈពិសេសរៀងៗខ្លួន និងបម្រើសេវាឱ្យទាន់សភាពការណ៍ ដែលនឹងជំរុញឱ្យការផ្សព្វផ្សាយផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ដល់គោលដៅទីផ្សារឆាប់រហ័ស និងបានដល់គ្រប់ស្រទាប់ក្នុងតម្លៃសមរម្យ ក៏ដូចជាបង្កើនផលិតភាពការងារខ្ពស់ជាងមុនតាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា ឬការប្រើប្រាស់ផលិតផលទេសចរណ៍ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ - ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ - មជ្ឈមណ្ឌលតេជោធុរកិច្ចថ្មី - មជ្ឈមណ្ឌលកម្ពុជា ៤.០
១.១.៧-	ជំរុញការក្តាប់យកភាពជាម្ចាស់ការលើដំណើរការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញ	• បង្កើតការប្រកួតប្រជែង និងយុទ្ធនាការថ្នាក់ជាតិ ដើម្បីលើកកម្ពស់ការច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ ដើម្បីគាំទ្រការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍	ក្នុងកំលុងពេលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ អ្នកដែលមានទេពកោសល្យ និងបញ្ញាវ័ន្តខ្មែរអាចប្រើប្រាស់ចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ក្នុងការបង្កើតសកម្មភាព/	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - មជ្ឈមណ្ឌលកម្ពុជា ៤.០

	ដោយប្រើប្រាស់ទេពកោសល្យ និងធនធានដែលមានស្រាប់នៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍		កម្មវិធីដែលមានភាពច្នៃប្រឌិត និងប្រកបដោយនវានុវត្តន៍ទ្រទ្រង់ដល់ការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍។ ធនធាននេះអាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីជួយបង្កើតសកម្មភាពពាក់ព័ន្ធនានាដើម្បីគាំទ្រដល់ការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ និងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងរយៈពេលវែង។ ការប្រកួតប្រជែងថ្នាក់ជាតិមួយគួរបង្កើតឡើង (អាចយកគំរូនៃកម្មវិធីរបស់អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក-UNWTO/Healing Solutions for Tourism) និងផ្តល់ឱកាសក្នុងការប្រើប្រាស់ធនធាននេះដើម្បីផ្តល់នូវយន្តការចូលរួមជាវិជ្ជមានរបស់អ្នកដែលមានទេពកោសល្យខ្មែរក្នុងការស្វែងរកដំណោះស្រាយសម្រាប់ការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។	- មជ្ឈមណ្ឌលតេជោធុរកិច្ចថ្មី - សហគ្រិនខ្មែរ
១.១.៨-	រៀបចំកម្មវិធីប្រកួតប្រជែងធុរកិច្ចថ្មីៗ (Startups) ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដែលមានសក្តានុពល	• លើកទឹកចិត្តដល់បុគ្គលដែលមានសមត្ថភាព និងគំនិតច្នៃប្រឌិតក្នុងការស្តារវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាឡើងវិញក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩។ បង្កើតការប្រកួតប្រជែង និងយុទ្ធនាការថ្នាក់ជាតិដើម្បីលើកកម្ពស់ការច្នៃប្រឌិត ក្នុងការស្តារឡើងវិញ ក្នុងនោះរួមមាន ÷ – ការប្រកួតប្រជែង "ធុរកិច្ចថ្មី" ក្នុងផ្នែកម្ហូបអាហារខ្មែរ – ការប្រកួតប្រជែង "ធុរកិច្ចថ្មី" ក្នុងផ្នែកសហគមន៍ទេសចរណ៍/ អេកូទេសចរណ៍/ ទេសចរណ៍ជនបទ	ក្នុងកំលុងពេលនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ដែលបានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងដល់ខ្សែចង្វាក់អាជីវកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ជាហេតុធ្វើឱ្យមានភាពចាំបាច់ក្នុងការបង្កើតឱ្យមានភាពច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍តាមរយៈការបង្កើត និងបណ្តុះឱ្យមានធុរកិច្ចថ្មីៗក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ឬផ្នែកសំខាន់ៗនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។	- ក្រសួងទេសចរណ៍

		– ការប្រកួតប្រជែង “ធុរកិច្ចថ្មី” ក្នុងផ្នែកបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ។ល។		
១.១.៩-	ការត្រៀមលក្ខណៈសម្បត្តិឱ្យបុគ្គលិកក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ត្រៀមខ្លួនឆ្ពោះទៅដំណាក់កាលស្តារឡើងវិញ (តាមរយៈការពង្រឹងជំនាញវិជ្ជាជីវៈ និងសមត្ថភាពខ្លួន)	• រៀបចំកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលដល់កម្មករ-បុគ្គលិកដែលបាត់បង់ការងារនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ (បុគ្គលិកបម្រើការនៅតាមសណ្ឋាគារ ផ្ទះសំណាក់ និងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍) តាមរយៈការរៀបចំឱ្យមាននូវវគ្គបណ្តុះបណ្តាលពង្រឹងជំនាញដែលមានស្រាប់ និងបណ្តុះបណ្តាលជំនាញថ្មី។ • បង្កើនជំនាញដល់បុគ្គលិកដែលមានស្រាប់ដើម្បីលើកកម្ពស់គុណភាពសេវាកម្ម និងត្រៀមលក្ខណៈសម្បត្តិលើកស្ទួយប្រទេសកម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ដែលមានគុណភាពខ្ពស់ក្នុងដំណាក់កាលក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩។ • ពង្រឹងយន្តការផ្គត់ផ្គង់ទីផ្សារការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ពិសេសពង្រឹងការស្រង់ទិន្នន័យ និងចុះបញ្ជីកម្លាំងពលកម្មបម្រើការនៅឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍	ផលប៉ះពាល់ខាងសេដ្ឋកិច្ចបានបណ្តាលឱ្យមានការបិទអាជីវកម្មទេសចរណ៍មួយចំនួន។ សូម្បីតែអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលបិទទ្វារជាបណ្តោះអាសន្នក៏បានបញ្ឈប់ការងារបុគ្គលិករបស់ខ្លួនផងដែរ។ ការបាត់បង់ធនធានមនុស្សដែលមានសមត្ថភាពក្នុងជំនាញទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចគឺជាហានិភ័យដ៏ធំមួយនៅពេលដែលទេសចរណ៍ចាប់ផ្តើមបើកម្តងទៀត។ រដ្ឋាភិបាល និយោជិក និងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល បានវិនិយោគយ៉ាងច្រើនក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលមុនពេលមានវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នេះ ។ សូម្បីតែបុគ្គលិកដែលមានជំនាញខាងសេវាកម្មអតិថិជន និងភាសាអន្តរជាតិនឹងអាចប្តូរទៅវិស័យការងារផ្សេងទៀត (ក្រៅពីទេសចរណ៍) ហើយប្រសិននៅពេលដែលបុគ្គលិកទាំងនោះមានការងារល្អ នោះពួកគេនឹងអាចមិនត្រលប់មកធ្វើការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍វិញទេ។ ការធានាថាឱ្យមានធនធានមនុស្សគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដូច្នេះវិធានការបណ្តុះបណ្តាល និងពង្រឹងសមត្ថភាពជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ត្រូវបានលើកឡើងជាបន្តបន្ទាប់ក្នុងវិធានការសង្គ្រោះរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា (ទាំង ០៧ជុំ) រួចមកហើយ និងក្រសួងទេសចរណ៍ក៏បានដាក់ចេញកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍តាមអនឡាញ (E-Learning) ផងដែរ។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ

១.១.១០-	សិក្សារៀបចំ**មូលនិធិលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា**	• បង្កើតនូវមូលនិធិទ្រទ្រង់សម្រាប់លើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ និងកៀរគរការចូលរួមពីបណ្តាដៃគូនានា	ដំណើរការនៃការជំរុញសកម្មភាពស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍នឹងត្រូវការការវិនិយោគសាធារណៈ/ឯកជន ក្នុងកម្រិតគួរឱ្យកត់សម្គាល់។ ការចូលរួមពីផ្នែកឯកជននៅកម្ពុជានៅមានកម្រិត។ រយៈពេលនៃការស្តារឡើងវិញនឹងតម្រូវឱ្យមានធនធានសម្រាប់គាំទ្រដល់សកម្មភាពធ្វើការសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ លើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍផលិតផល ការគាំទ្រកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលនានាដែលចាំបាច់ និងការដាក់ឱ្យដំណើរការយុទ្ធនាការ សំដៅបង្កើនទំនុកចិត្តពីសំណាក់ភ្ញៀវទេសចរចំពោះសុវត្ថិ-ភាពគោលដៅទេសចរណ៍កម្ពុជា ការរៀបចំ និងចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិ ការលើកទឹកចិត្តក្នុងការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក។ ដូច្នេះត្រូវការសិក្សាបង្កើតឱ្យមានមូលនិធិលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា មួយសម្រាប់ដំណាក់កាលទី២ និងទី៣ នៃផែនទីចង្អុលផ្លូវនេះ ឬប្រើប្រាស់មូលនិធិដែលមានស្រាប់សម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ ចាត់ចែងដោយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ។ វិធានការនេះក៏ស្របទៅនឹងវិធានការគោលនយោបាយរបស់ប្រទេសផ្សេងៗដែលបានយកមកអនុវត្តផងដែរ។ ឧទាហរណ៍ ក្រុងហុងកុង បានផ្តល់ជំនួយមូលនិធិហិរញ្ញវត្ថុចំនួន ៥១លានដុល្លារអាម៉េរិក ដើម្បីគាំទ្រដល់សកម្មភាពទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ប្រទេសជប៉ុនក៏បានប្តេជ្ញាចិត្តបង្កើតមូលនិធិវត្ថុចំនួន	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ - គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ - ដៃគូអភិវឌ្ឍ

			១២ប៊ីលានដុល្លារ ដើម្បីជំរុញវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក។ ប្រទេសអេហ្ស៊ីប ក៏បានប្រកាសកញ្ចប់ថវិកាសម្រាប់សកម្មភាពជំរុញក្នុងការស្តារឡើងវិញក្នុងទឹកប្រាក់ចំនួន ៨ប៊ីលានដុល្លារ និងថវិកាចំនួន ៣,៨ប៊ីលានដុល្លារ ត្រូវបានបម្រុងទុកសម្រាប់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ដោយផ្ទាល់ហើយនឹងត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីសង្គ្រោះ និងរក្សាឧស្សាហកម្មផ្នែកសណ្ឋាគារ និងភោជនីយដ្ឋានឱ្យមានដំណើរការក្នុងពេលជួបវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលស្តារឡើងវិញផងដែរ។	
១.២- ជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងត្រៀមទទួលភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ “ទេសចរពិសេសស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រង”				
១.២.១- យុទ្ធនាការជំរុញ “ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក”				
១.២.១.១-	បង្កើតយន្តការបង្កលក្ខខណ្ឌងាយស្រួលដល់សកម្មភាពដំណើរកម្សាន្ត និងទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក (ក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី)	• រៀបចំរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ និងគោលដៅទេសចរណ៍ឱ្យមានសុវត្ថិភាពសម្រាប់ទទួលភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក • គម្រោងលើកទឹកចិត្តជំរុញសកម្មភាពទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ដូចជាកម្មវិធីបញ្ចុះតម្លៃ និងបណ្ណបញ្ចុះតម្លៃ (បណ្ណដំណើរកម្សាន្តដែលមានតម្លៃសមរម្យសម្រាប់សាស្ត្រាចារ្យ សិស្ស និស្សិត កម្មករ កម្មការិនី ផ្សារភ្ជាប់នឹងប្រភេទកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចសិក្សា • សិក្សាបង្កើតកម្មវិធីលើកទឹកចិត្តដំណើរកម្សាន្តដល់បុគ្គលិកមន្ត្រីរាជការ (ឧទាហរណ៍ Cheque de Vacances, Cheque-Restaurant) • បង្កើតនូវលិខិតបណ្ណសរសើរកម្រិតថ្នាក់ជាតិដល់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ ដែលបានចូលរួម	នៅក្នុងរយៈពេលនៃការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍ចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង និងទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកនឹងមានឥទ្ធិពលខ្លាំងក្នុងការគាំទ្រដល់សេដ្ឋកិច្ចសង្គមកម្ពុជា។ ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ ដែលរស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ត្រូវបានរំពឹងថាជាប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍ដំបូងគេដែលធ្វើដំណើរម្តងទៀត និងបង្កើននូវតម្រូវការ។ ក្រសួងទេសចរណ៍មានផែនការផ្សព្វផ្សាយសម្រាប់ទីផ្សារទេសចរណ៍នេះ និងរៀបចំនូវការលើកទឹកចិត្តនានាដែលនឹងជំរុញដល់ការធ្វើដំណើរក្នុងស្រុក និងទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ព្រមទាំងលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការស្នាក់នៅកាន់តែយូរ។ ផែនការដាក់ចេញអាចរួមមាន យុទ្ធសាស្ត្រតម្លៃឱ្យមានភាពប្រកួតប្រជែង ការ	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ - វិស័យឯកជន

		អនុវត្តយន្តការបញ្ចុះតម្លៃ ឬលើកទឹកចិត្តដល់ការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក	ផ្សព្វផ្សាយពិសេស ឬការលើកទឹកចិត្តការធ្វើដំណើរជាដើម។ បណ្តាប្រទេសផ្សេងទៀតបានឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការនេះ ដោយការណែនាំនូវបណ្ណទេសចរណ៍ដែលឧបត្ថម្ភធនដោយរដ្ឋ។ ឧទាហរណ៍នៅប្រទេសរ៉ូម៉ានីបានផ្តល់បណ្ណទេសចរណ៍ដល់បុគ្គលិកផ្នែកអប់រំ និងគ្រូពេទ្យរដ្ឋទាំងអស់។ ការចំណាយបន្ថែមតាមរយៈបណ្ណទេសចរណ៍នេះ បានចាក់បញ្ចូលចំណូលយ៉ាងខ្លាំងទៅក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចជាតិ។ ប្រទេសជប៉ុនបានប្តេជ្ញាចិត្តអនុវត្តចំពោះវិធីសាស្ត្រនេះ ដោយផ្តល់ការបញ្ចុះតម្លៃ និងបណ្ណគូប៉ុងសម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងការទិញសេវាកម្មទេសចរណ៍/សកម្មភាពទេសចរណ៍នានាក្នុងស្រុក។ នៅក្នុងរយៈពេលនៃការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍ ចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង និងទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកនឹងមានឥទ្ធិពលខ្លាំងក្នុងការគាំទ្រដល់សេដ្ឋកិច្ច-សង្គមកម្ពុជា។ ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិដែលរស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ត្រូវបានរំពឹងថាជាប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍ដំបូងគេដែលធ្វើដំណើរម្តងទៀតនិងបង្កើននូវតម្រូវការ។ សម្រាប់កម្ពុជាក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនានា និងវិស័យឯកជន រៀបចំបណ្ណលើកទឹកចិត្ត និង/ឬ បង្កើតជាកម្មវិធីទស្សនកិច្ចសិក្សានានា ឬបណ្ណ	

			ដំណើរកម្សាន្តដែលមានតម្លៃសមរម្យ ក្រោមពាក្យស្លោក “**ទាំងអស់គ្នាអាចធ្វើដំណើរកម្សាន្តបាន** Everyone Can Go” ពោលគឺដើរកម្សាន្តឱ្យបានយ៉ាងហោចណាស់បានម្តងក្នុង១ឆ្នាំ។	
១.២.១.២-	យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយគោលដៅ និងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍នានាតាមប្រព័ន្ធឌីជីថល	• ពង្រឹងការផ្តល់ព័ត៌មាននៅតាមមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត • ប្រកួតប្រជែងរូបភាពទេសចរណ៍ឆ្នើមនៅតាមរាជធានី-ខេត្ត • ប្រកួតប្រជែងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ដែលទទួលបានការពេញនិយម និងពេញចិត្តជាងគេដោយភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក	ក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ការរីកចម្រើននៃបច្ចេកវិទ្យាបានផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងរហ័សនូវទម្រង់ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍នៅលើពិភពលោក។ ស្របតាមការវិវត្តនៃបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម៤.០ សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍តាមបែបទំនើបមានលក្ខណៈកាន់តែទូលំទូលាយ និងរហ័សជាងមុនទាមទារឱ្យការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកត្រូវចាប់យកការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធឌីជីថលអាចតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម ជាអាទិ៍ Facebook របស់ក្រសួងទេសចរណ៍ និងត្រូវបង្កើនផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វ-ផ្សាយឌីជីថល តាមរយៈ Visit Cambodia។ លើសពីនេះទៀតដោយត្រូវបង្កើនសកម្មភាពបែបការអប់រំការយល់ដឹង និងទំនាក់ទំនងសាធារណៈ ឱ្យកាន់តែខ្លាំងថែមទៀត។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ - ក្រសួងព័ត៌មាន - ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍
១.២.១.៣-	ការអភិវឌ្ឍគម្រោងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្ត (ផ្លូវ ជាអាទិភាព) និងបញ្ចូលទឹក ភ្លើង លូ និងការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន (ជាពិសេសម្រាម) ដើម្បីជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងត្រៀមការងើបឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព	• កំណត់គម្រោងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្តទាក់ទងនឹងវិស័យទេសចរណ៍ភ្ជាប់ទៅនឹងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍អាទិភាព និងថ្មីៗ • ជំរុញការស្តារហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវថ្នល់ ទឹក ភ្លើង បណ្តាញទូរគមនាគមន៍ចូលដល់គោលដៅទេសចរណ៍មូលដ្ឋាន(ដោយបច្ចុប្បន្នរាជរដ្ឋាភិបាល	ស្របពេលដែលសេដ្ឋកិច្ចជាតិកំពុងទទួលរងគ្រោះពីជំងឺកូវីដ-១៩ ការវិនិយោគអភិវឌ្ឍន៍ស្ថានភាពហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្តនឹងគាំទ្រដល់ការកែលម្អភាពទាក់ទាញនៃគោលដៅទេសចរណ៍ ហើយក្នុងពេលតែមួយក៏អាចជួយដល់វិស័យផ្សេងទៀតដែលរងផលប៉ះពាល់ដូចជាវិស័យសំណង់ ដោយមានការផ្គត់ផ្គង់	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន - ក្រសួងរៀបចំដែនដី នគរូបនីយកម្ម និងសំណង់

		កំពុងអនុវត្តគម្រោងនេះស្រាប់រួចទៅហើយ ដោយក្នុងនេះការសាងសង់ផ្លូវក្រុងចំនួន ៣៤ខ្សែ នៅខេត្តព្រះសីហនុ និងគម្រោងសាងសង់ផ្លូវ ៣៨ខ្សែ នៅក្នុងក្រុងសៀមរាប ខេត្តសៀមរាប ដែលប្រកាសជាផ្លូវការដោយ **សម្តេចតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** ក្នុងកិច្ចប្រជុំពេញអង្គគណៈរដ្ឋមន្ត្រីកាលពីថ្ងៃទី០៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២០។ គម្រោងសាងសង់នេះនឹងចាប់ផ្តើមសាងសង់នៅឆ្នាំ២០២០នេះ និងអាចបញ្ចប់នៅចុងឆ្នាំ២០២១ • បង្កើនការវិនិយោគទេសចរណ៍លើសម្បទាទេសចរណ៍សំខាន់ៗមួយចំនួនដែលមានលក្ខណៈទាក់ទាញបម្រើឱ្យទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ (ឧទាហរណ៍ កំពុងផែទេសចរណ៍ចុងឃ្នាសការកែលម្អរមណីយដ្ឋានគូលែន កោះរ៉ុង) • កសាងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវតភ្ជាប់ទៅកាន់រមណីយ-ដ្ឋានទេសចរណ៍វប្បធម៌ ឬធម្មជាតិទាក់ទាញនានា និងត្រូវជួសជុលកែលម្អផ្លូវតភ្ជាប់គោលដៅទេសចរណ៍ (ករណីខូចខាតដោយសារទឹកជំនន់ឆ្នាំ២០២០)	សម្ភារៈដឹកជញ្ជូន និងការធ្វើការងារធម្មតា។ល។ នេះនឹងគាំទ្រដល់ការងើបឡើងវិញនៃវិស័យទាំងនោះ នឹងផ្តល់អត្ថ-ប្រយោជន៍នៃឥទ្ធិពលហិរញ្ញវត្ថុជាវិជ្ជមានទៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចជាតិ។ ឧទាហរណ៍ ក្នុងវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចសកលលោក នៅឆ្នាំ1930s មានការវិនិយោគទេសចរណ៍លើការបង្កើតឧទ្យានជាតិរបស់សហរដ្ឋអាម៉េរិក (ដោយប្រើកម្មវិធីផ្តល់ជាអាហារសម្រាប់កម្លាំងពលកម្មដល់យុវជនដែលគ្មានការងារធ្វើក្នុងគម្រោងនេះ)។ នៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ដូចជាខេត្តសៀមរាបដែលវាគឺជាពេលវេលាដ៏ល្អដើម្បីធ្វើការវិនិ-យោគលើការកែលម្អតំបន់ទីក្រុង និងជាពិសេសផ្លូវថ្នល់ដែលបច្ចុប្បន្នស្ថិតនៅក្នុងស្ថានភាពខូចខាតដែលនេះនឹងផ្តល់នូវឱកាសក្នុងការត្រៀមទទួលស្វាគមន៍ទេសចរនៅក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩។	- ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ - គណៈកម្មាធិការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរកម្ពុជា - គណៈកម្មការអន្តរក្រសួងដើម្បីសិក្សា និងអនុវត្តគម្រោងស្ថាបនាហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវចំនួន៣៨ខ្សែ នៅក្រុងសៀមរាប ខេត្តសៀមរាប - រដ្ឋាករទឹកស្វយ័ត - អគ្គិសនីកម្ពុជា - វិស័យឯកជន
១.២.២- ត្រៀមលក្ខណៈសម្បត្តិទទួលស្វាគមន៍ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ (កម្រិតតំបន់)				
១.២.២.១-	យុទ្ធនាការទំនាក់ទំនងសាធារណៈជាសារ “**កម្ពុជាកំពុងរង់ចាំអ្នក-Cambodia is waiting**	• បង្កើត**យុទ្ធនាការ “សារ”** សម្រាប់ប្រើនៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដើម្បីផ្សព្វផ្សាយសារ**កម្ពុជា**	ជំងឺកូវីដ-១៩ បានផ្លាស់ប្តូរគំរូនៃការធ្វើដំណើរជាសកល។ ទំនុកចិត្តក្នុងការធ្វើដំណើរនឹងមាន	- ក្រសួងទេសចរណ៍

	for you” និងការផ្តល់នូវព័ត៌មានជាក់លាក់ និងគ្រប់គ្រាន់ពាក់ព័ន្ធទៅនឹងវិធានការរឹតត្បិតការធ្វើដំណើរ	**កំពុងរង់ចាំអ្នក** • បង្កើតសារ និងព័ត៌មានច្បាស់លាស់ និងជឿជាក់អំពីវិធានសុវត្ថិភាព ការរឹតបន្តឹង និងអំពីស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នលើការធ្វើដំណើរមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជារបស់ភ្ញៀវទេសចរ ដែលមានភាពងាយស្រួលរក និងអាចជឿទុកចិត្ត (ប្រើប្រាស់គេហទំព័រ និងកម្មវិធីទូរសព្ទរបស់ Kingdom of Wonder)	កម្រិតទាបក្នុងរយៈពេលនៃវិបត្តិនេះ។ ខណៈពេលដែលការរឹតត្បិតការធ្វើដំណើរក្នុងបណ្តាប្រទេសមួយចំនួនត្រូវបានដាក់ចេញដែលបាននាំមកនូវឥទ្ធិពលជាអវិជ្ជមានដល់ការទាក់ទងប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗ។ ការរៀបចំ**យុទ្ធនាការ “សារ”** និងយុទ្ធនាការ នេះមានសារៈសំខាន់ក្នុងការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងរយៈពេលខ្លី ព្រោះមានជនជាតិអាម៉េរិក អាល្លឺម៉ង់ បារាំង អេស្ប៉ាញ និងអ៊ីតាលី/អឺរ៉ុប ដែលរស់នៅក្នុងតំបន់ជាច្រើន ក៏ដូចជាហុងកុង សិង្ហបុរី និងបាងកកដែលអាចជួយដល់ការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញតាមរយៈការធ្វើដំណើរមកកម្សាន្តប្រទេសកម្ពុជានៅថ្ងៃឈប់សម្រាក។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ការត្រៀមចាប់យកទីផ្សារទេសចរណ៍អាស៊ានបូកបី ក៏ចាំបាច់ត្រូវមានសារ “**កម្ពុជាកំពុងរង់ចាំអ្នក - Cambodia is waiting for you**” ផងដែរ។ ការរឹតបន្តឹង និងតម្រូវការក្នុងការធ្វើដំណើរប្រកបដោយសុវត្ថិភាពគួរតែអនុវត្តចំពោះអ្នកធ្វើដំណើរចូលទាំងអស់ដោយមិនគិតពីប្រភពដើម (គោរពតាមគោលការណ៍គ្មានការរើសអើង)។ ក្នុងការជំរុញការងើបឡើងវិញ ភាពច្បាស់លាស់ និងភាពងាយស្រួលក្នុងការទទួលបានព័ត៌មាននឹងមានសារៈសំខាន់ក្នុងការជះឥទ្ធិពលលើការសម្រេចចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរនាពេលអនាគត។ ធានាថាព័ត៌មាននៃការរឹតត្បិតការធ្វើដំណើរ ដោយអាចចូលមើលបានព័ត៌មានច្បាស់លាស់	- ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សា និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍

			និងអាចទុកចិត្តបាន។ ព័ត៌មាននេះគួរតែត្រូវបានចែករំលែកជាមួយវិស័យឯកជន និងអ្នកប្រើប្រាស់តាមរយៈបណ្តាញទំនាក់ទំនងផ្សេងៗទៀត។	
១.២.២.២-	ការផ្សព្វផ្សាយកម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយសុវត្ថិភាព ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រទំនាក់ទំនង និងបង្កើតយន្តការច្បាស់លាស់ដើម្បីកសាងភាពជឿទុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់ពីភ្ញៀវទេសចរ	• បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រទំនាក់ទំនងដើម្បីផ្សព្វផ្សាយប្រទេសកម្ពុជាជាមួយសារវិជ្ជមាន "**កម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍សុវត្ថិភាពឈានមុខគេ**"។ ក្នុងនោះ កម្ពុជាដឹកនាំអាស៊ានក្នុងការងាររៀបចំស្តង់ដា "**សុវត្ថិភាពទេសចរណ៍អាស៊ាន**" ជាដើម។ • បង្កើតក្រុមទំនាក់ទំនងទេសចរណ៍មួយប្រកបដោយជំនាញក្នុងក្រសួងទេសចរណ៍។ • ផ្សព្វផ្សាយសារអំពីការឆ្លើយតបទៅនឹងការប្រយុទ្ធប្រឆាំងជំងឺកូវីដ-១៩ និងស្ថានភាពទាក់ទងនឹងទេសចរណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិ (ឧទាហរណ៍ ការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាព)។ • បង្កើតវីដេអូផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារខ្លីសម្រាប់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមអន្តរជាតិដែលបង្ហាញថាប្រទេសកម្ពុជាទទួលបានជោគជ័យយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ ដែលមានករណីទាប និងមិនមានអ្នកស្លាប់ ដែលនេះជាសារបញ្ជាក់ថាកម្ពុជា ជាគោលដៅទេសចរណ៍ដែលមានសុវត្ថិភាព។	បច្ចុប្បន្ន ការផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាទាក់ទងនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ គឺត្រូវបានធ្វើឡើងជាលក្ខណៈផ្ទៃក្នុង (ភាគច្រើនមានតែជាភាសាខ្មែរប៉ុណ្ណោះ) ដែលនេះគឺជាភាពទន់ខ្សោយមួយក្នុងការផ្សព្វផ្សាយទៅកាន់អន្តរជាតិ។ ដូច្នេះជាការឆ្លើយតបទៅនឹងវិបត្តិនេះ ត្រូវគិតគូរបង្កើតយន្តការ Proactive សម្រាប់ការចែករំលែករឿងរ៉ាវវិជ្ជមានជាច្រើននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា រឿងរ៉ាវដែលអាចឆ្លុះបញ្ចាំងពីភាពខ្លាំងនៃព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ និងបង្កើនភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ក្នុងន័យនេះ កម្ពុជា ទទួលបានលទ្ធផលល្អប្រសើរដោយមានចំនួនអ្នកឆ្លងកូវីដ-១៩ ទាប ហើយមកដល់ពេលនេះ ប្រទេសកម្ពុជានៅមិនទាន់មានអ្នកស្លាប់ដោយសារជំងឺនេះ គឺជារឿងវិជ្ជមាន។ កត្តាវិជ្ជមានទាំងនេះត្រូវតែបង្កើនការផ្សព្វផ្សាយទៅកាន់អន្តរជាតិដើម្បីប្រែក្លាយរូបភាព "**កម្ពុជាគឺជាគោលដៅទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព**"។ ពិតប្រាកដណាស់ ពិភពលោកកំពុងរស់នៅជាមួយនឹងការគំរាមកំហែងនៃជំងឺកូវីដ-១៩ និងហានិភ័យនៃការឆ្លងមេរោគដែលអាចកើតមានគ្រប់ពេល នោះគោលដៅទេសចរណ៍ដែលមានហានិ-ភ័យទាប និងក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍កាន់តែទាក់	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍

			ទាញ។ ដូច្នេះ ការផ្ដល់ "**ព័ត៌មានពិត និងជាក់ស្ដែង**" ពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដល់ភ្ញៀវទេសចរ ស្របតាមទស្សនៈ "**កសាងការទុកចិត្តងាយនឹងបាត់បង់ ប៉ុន្តែពិបាកក្នុងការកសាងជំនឿទុកចិត្តឡើងវិញ**"។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ត្រូវបង្កើតក្រុមទំនាក់ទំនងសាធារណៈ ដែលមានជំនាញច្បាស់លាស់ ក្នុងការគ្រប់គ្រង និងផ្សព្វផ្សាយសារតាមបណ្ដាញសារព័ត៌មានទាំងថ្នាក់ជាតិ និងអន្តរជាតិ។	
១.២.២.៣-	រៀបចំយុទ្ធនាការកម្ពុជាជា "**គោលដៅទេសចរណ៍ស្អាត បៃតង និងសុវត្ថិភាព**" និងបន្តជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំង "**ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ**" ពីព្រោះថា "**ភាពស្អាត**" នឹងក្លាយជាទម្លាប់ថ្មីសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩	• ធ្វើការកំណត់អាទិភាពកម្មវិធីសម្អាតនៅតាមតំបន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍សំខាន់ៗ និងបង្កើតយុទ្ធនាការ "**រមណីយដ្ឋានស្អាត គ្មានសំណល់ថង់ប្លាស្ទិក**" និង "**រមណីយដ្ឋានស្អាតបន្ទប់ទឹកស្អាត**" • អនុវត្តគោលការណ៍មិនប្រើប្រាស់ថង់ប្លាស្ទិកនៅរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ធំៗ (តំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ កោះរ៉ុង។ល។) • ការពង្រឹងការគ្រប់គ្រងសម្រាមសំណល់រឹងនៅតំបន់ទីប្រជុំជនធានាបាននូវផ្លូវដើរស្អាត • រៀបចំ**យុទ្ធនាការ** "**ស្រុកស្អាត**" ពិសេសស្រុកដែលស្ថិតនៅក្នុងផ្លូវទស្សនាទេសចរណ៍ធំៗរបស់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ • ពិនិត្យឡើងវិញពីគំនិតផ្ដួចផ្ដើមទីក្រុងស្អាតនៅក្នុងបរិបទថ្មីមួយទៀត • ដាក់ចេញ**យុទ្ធនាការ** "**កម្ពុជាស្អាត**" (ខេត្តមួយ	ត្រូវតែបន្តកែលម្អការគ្រប់គ្រងសម្រាមសំណល់រឹងនៅទូទាំងប្រទេស ដែលជាតម្រូវការចាំបាច់សម្រាប់ការយល់ឃើញ និងការពិតរបស់ប្រទេសកម្ពុជាជាទិសដៅមានសុវត្ថិភាព និងស្អាតរួមជាមួយការគាំទ្រសុខមាលភាពរបស់ប្រជាជន។ ការរិះគន់ពីមុនមកលើប្រទេសកម្ពុជាដែលបានបង្កើតការយល់ឃើញអវិជ្ជមានគឺកម្រិតនៃសំរាមនៅតាមទីតាំងសំខាន់ៗជាពិសេសការចោលប្លាស្ទិកនៅមុខប្រាសាទអង្គរវត្ត។ ការធ្លាក់ចុះនៃចំនួនភ្ញៀវទេសចរមកទស្សនា និងកម្សាន្តនាពេលបច្ចុប្បន្ន គឺជាឱកាសក្នុងការសម្អាតទីតាំងកន្លែងកម្សាន្តឱ្យបានស្អាត និងការកែលម្អទីតាំងឱ្យស្អាតជាងមុន។ រាជធានីភ្នំពេញ កំពុងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការប្រមូលសំរាមបន្ទាប់ពីមានការផ្លាស់ប្ដូរគោលនយោបាយកាលពីឆ្នាំមុន (ការគ្រប់គ្រងសម្រាមដោយរដ្ឋាករស្វយ័តសំរាមរាជធានីភ្នំពេញ) ការវិនិយោគ	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងបរិស្ថាន - គណៈកម្មាធិការជាតិវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត - ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ - រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត

		ត្រូវមានកាតព្វកិច្ចអនុវត្តយុទ្ធនាការសម្អាតឱ្យបានយ៉ាងតិច១ដង ក្នុង១ខែ) • បន្តអនុវត្តយុទ្ធនាការ "**ទេសចរម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម**" • ពង្រឹងយុទ្ធនាការអនាម័យស្អាតនៅតាមមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ និងស្តង់ដាបៃតង • ពង្រឹងយុទ្ធនាការ "**សុវត្ថិភាពម្ហូបអាហារ**" នៅតាមសណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន អាហារដ្ឋានទេសចរណ៍ និងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ • ពង្រឹងការផ្តល់សេវាកម្មប្រកបដោយបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ និងផ្តល់ភាពកក់ក្តៅដល់ភ្ញៀវទេសចរ • ភាពស្អាតក្លាយជាទម្លាប់ថ្មីក្រោយកូវីដ-១៩ ដូច្នេះស្នើបន្តបំផុសចលនាប្រឡងប្រណាំង "**ទីក្រុងស្អាត រមណីដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ**" • ជំរុញ និងលើកទឹកចិត្តក្នុងការអនុវត្តបរិស្ថានគ្មានផ្សែងបារីក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ "**ទេសចរណ៍គ្មានផ្សែងបារី ផ្តល់ផលចំណេញដល់យើងទាំងអស់គ្នា**" – លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពី បរិស្ថានគ្មានផ្សែងបារីក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅតាមបណ្តាមូលដ្ឋានអាជីវកម្មសេវាកម្មទេសចរណ៍រាជធានីខេត្ត – លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការអនុវត្ត បរិស្ថានគ្មានផ្សែងបារីក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងប្រគល់ពាន "**បរិស្ថានគ្មានផ្សែងបារីក្នុង**	បន្ថែមគួរតែត្រូវបានធ្វើឡើងរួមទាំងការបំពាក់ធុងសំរាមដើម្បីកាត់បន្ថយការបោះចោលសម្រាមនៅតាមចិញ្ចើមថ្នល់ ពង្រឹងយន្តការសម្អាត។ ល។ ការដាក់ឱ្យអនុវត្តយន្តការមិនប្រើប្រាស់ប្លាស្ទិកនៅក្នុងតំបន់អង្គរ និងតំបន់ទេសចរណ៍សំខាន់ៗដទៃទៀតគួរតែត្រូវបានបន្ត ប៉ុន្តែត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ដើម្បីធានាថាដំណោះស្រាយស្របតាមតម្រូវការនៃការបង្កើនកម្រិតអនាម័យ និងភាពសមស្របដើម្បីទទួលបានទំនុកចិត្តពីភ្ញៀវទេសចរ។ គំនិតផ្តួចផ្តើមរបស់ទីក្រុងស្អាតនៃក្រសួងទេសចរណ៍ អាចត្រូវរួមគ្នាពង្រឹងអនុវត្ត ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាព និងកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានផ្នែកបរិស្ថាន។ បន្តជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំងទីក្រុងស្អាតលើកទី៣ ចលនាប្រឡងប្រណាំងបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អក្នុងវិស័យទេសចរណ៍លើកទី២ ចលនាប្រឡងប្រណាំងបង្គន់ស្អាតលើកទី៣ និងប្រឡងប្រណាំងធុរ-កិច្ចបៃតងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍លើកទី៤។ បរិស្ថានគ្មានផ្សែងបារីគឺជាបរិបទមួយដែលពិភពលោកនិងតំបន់យកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការចូលរួមចំណែកការពារសុខភាពប្រជាពលរដ្ឋនិងភ្ញៀវទេសចរក្នុងការអនុវត្តច្បាប់ និងទប់ស្កាត់ការខាតបង់សេដ្ឋកិច្ច។ តាមការស្រាវជ្រាវរបស់អង្គការ UNDP និងលេខាធិការដ្ឋាន FCTC (Framework Convention	

		វិស័យទេសចរណ៍” ដល់ម្ចាស់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មសេវាកម្មទេសចរណ៍ដែលមានស្នាដៃឆ្នើម – ផ្តួចផ្តើម និងជំរុញឱ្យរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិចូលរួមបង្កើតទីក្រុងទេសចរណ៍គ្មានផ្សែងបារីតាមបណ្តារាជធានី-ខេត្ត • គាំទ្រកម្មវិធីចាក់វ៉ាក់សាំងសម្រាប់បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ពិសេសបុគ្គលិកបម្រើការងារជួរមុខ ដែលត្រូវជួបប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្ទាល់ជាមួយភ្ញៀវ	on Tobacco Control) របស់អង្គការសុខភាពពិភពលោក (WHO) បានឱ្យដឹងថា ការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់នៅកម្ពុជាក្នុងឆ្នាំ២០១៩ កន្លងទៅនេះ បានធ្វើឱ្យខាតបង់ផលិតភាពសេដ្ឋកិច្ចប្រមាណ ៣% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប។ ទេសចរណ៍គ្មានផ្សែងបារីជួយសហគមន៍ចំណេញផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចដោយកាត់បន្ថយបន្ទុកចំណាយលើសុខភាពដែលរងផលប៉ះពាល់ពីផ្សែងបារី និងហានិភ័យនៃការឆ្លងជំងឺកូវីដ១៩ (ការជក់បារីបង្កើតឱកាសនៃការយកដៃមិនស្អាតប៉ះមាត់ និងច្រមុះ ព្រមទាំងធ្វើឱ្យខូចសួត និងផ្នែកផ្សេងទៀតនៃរាងកាយ)។ ការបង្កើតបរិស្ថានគ្មានផ្សែងបារីនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នឹងជួយបង្កើនភាពទាក់ទាញ និងផាសុកភាពដល់ប្រជាពលរដ្ឋនិងភ្ញៀវទេសចរ សំដៅបង្កើនចំណូល និងពង្រឹងភាពខ្លាំងនៃមូលដ្ឋានអាជីវកម្មសេវាកម្មទេសចរណ៍។	
១.២.២.៤-	សិក្សា និងរៀបចំគម្រោងទេសចរណ៍ប្រភេទ “**ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព**” ជាមួយប្រទេសក្នុងតំបន់អាស៊ាន និងអាស៊ានបូកបី (ចិន ជប៉ុន កូរ៉េ ថៃ វៀតណាម សិង្ហបុរី)	• រៀបចំឯកសារគោលការណ៍ប្រតិបត្តិស្តង់ដាកញ្ចប់គម្រោងទេសចរណ៍ប្រភេទ “**ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព**” • បង្កើតក្រុមការងារអន្តរក្រសួង ដើម្បីអនុវត្តគម្រោងនេះ • រៀបចំកិច្ចព្រមព្រៀងរវាងភាគីកម្ពុជា និងបណ្តាប្រទេសផ្សេងៗក្នុងតំបន់ • រៀបចំជា Fast Track Lane នៅតាមព្រលានយន្តហោះ និងច្រកទ្វារអន្តរជាតិ	គម្រោងទេសចរណ៍ប្រភេទ “**ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព**” (One way and Closed-Loop Chartered Planes/Travel Bubble /Safe Travel Pass) គឺជាទម្រង់នៃការធ្វើដំណើរដែលក្រុមទេសចរត្រូវបានជ្រើសរើសពីប្រទេសណាមួយដែលគ្មានករណីឆ្លងកូវីដ-១៩ ឬប្រទេសដែលអាចគ្រប់គ្រងស្ថានភាពវីរុសនេះបាន អាចធ្វើដំណើរដោយសេរីទៅប្រទេសមួយទៀតដែលមានស្ថានភាពដូចគ្នា។ បណ្តាប្រទេសដែលយល់ព្រមអនុវត្តគម្រោងទាំងនេះ	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងការបរទេស និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ - ក្រសួងសុខាភិបាល - អគ្គនាយកដ្ឋានអន្តោប្រវេសន៍ - វិស័យឯកជន

		• រៀបចំបង្កើត និងកំណត់ឱ្យមានតំបន់ សម្រាប់កញ្ចប់ទស្សនាចរប្រភេទ "**ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព**" • បង្កើតប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងកញ្ចប់ទស្សនាចរ "**ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព**" • បង្កើតគេហទំព័រ និងកម្មវិធីទូរសព្ទសម្រាប់គម្រោង "**ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព**" ដើម្បីជួយសម្រួលអ្នកធ្វើដំណើរបរទេស (ភ្ញៀវក្នុងតំបន់ និង អាស៊ានបូកបី) ក្នុងការចុះឈ្មោះ និងទទួលបានព័ត៌មានលក្ខខណ្ឌស្ដីអំពីតម្រូវការមុនពេលមកដល់ប្រទេសកម្ពុជា • តម្រូវរាល់ការធ្វើដំណើររបស់ភ្ញៀវទេសចរត្រូវមានការបញ្ជាក់ថាគ្មានកូវីដ-១៩ និងបានចាក់វ៉ាក់សាំង (Vaccination Passport)	(អាចជាទម្រង់ទ្វេភាគី ឬត្រីភាគី) ត្រូវបើកចំហរព្រំដែនរបស់ខ្លួនទៅកាន់ប្រទេសមួយទៀតដោយរក្សាការបិទព្រំដែន ឬការកំណត់លក្ខខណ្ឌតម្រូវ ចំពោះប្រទេសផ្សេងទៀតដែលស្ថិតនៅក្រៅគម្រោង។ កិច្ចព្រមព្រៀងនៃគម្រោងនេះ ត្រូវបានរៀបចំឡើងរវាងប្រទេសជាប់ព្រំដែន ឬប្រទេសដែលនៅជិតៗក្នុងតំបន់ ដោយបញ្ជាក់ពីភាពរឹងមាំរបស់រដ្ឋាភិបាលប្រទេសនីមួយៗក្នុងការគ្រប់គ្រង និងប្រឆាំងការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ តាមព្រំដែននៃប្រទេសនីមួយៗ	
១.២.២.៥-	សិក្សា និងរៀបចំយន្តការធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង (Self-driving Tour) ជាមួយប្រទេសជិតខាង	• រៀបចំឯកសារគោលការណ៍ប្រតិបត្តិស្តង់ដាទេសចរណ៍ប្រភេទការធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង • សិក្សារៀបចំ**មណ្ឌលជំនួយទេសចរណ៍** នៅច្រកទ្វារអន្តរជាតិផ្លូវគោក	បច្ចុប្បន្ន ភ្ញៀវទេសចរនិយមការធ្វើដំណើរតាមដងផ្លូវផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងការកម្សាន្តទេសចរណ៍នៅតាមដងផ្លូវ ដោយភ្ញៀវទេសចរអាចថតរូបលេងកម្សាន្ត និងអាចឈានចូលលេងតំបន់រមណីយដ្ឋាននៅតាមតំបន់គោលដៅបានយ៉ាងសប្បាយរីករាយ ដូចនេះផែនទីចង្អុលផ្លូវស្នើឱ្យជំរុញការសម្រួលឱ្យមានការធ្វើដំណើរសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរមកពីប្រទេសជិតខាង ពិសេសតាមផ្លូវគោកដល់ភ្ញៀវទេសចរមកពីប្រទេសអាស៊ានដោយសម្រួលឱ្យប្រើប្រាស់រថយន្ត ចេញ-ចូល ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឱ្យ	- គណៈកម្មការសម្រួលការធ្វើដំណើរដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ - ក្រសួងការបរទេស និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ - អគ្គនាយកដ្ឋានអន្តោប្រវេសន៍

			បានកាន់តែងាយស្រួលអមជាមួយការសម្រួលដល់ទិដ្ឋាការនៃការធ្វើដំណើរដោយអាចប្រើប្រាស់បណ្ណឆ្លងកាត់ព្រំដែន និងអាចបើកបររថយន្តដោយខ្លួនឯងបាន។	
១.២.២.៦-	ពង្រឹងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ ឆ្ពោះទៅការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញ ជំរុញទាក់ទាញប្រភេទទេសចរពិសេស (ទេសចរគុណភាព) ស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រង ដោយបង្កើតឱ្យមានទិដ្ឋាការពិសេស ឬគោលនយោបាយនានាសម្រាប់ទេសចរបរទេសដែលធ្វើដំណើរមកទស្សនាកម្ពុជារយៈពេលយូរ	• ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងការដោះស្រាយផលប៉ះពាល់វិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នាយកដ្ឋានសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ និងអាស៊ានមានមុំយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន ០៤÷ (១). សម្រេចការងារជាការទទួលខុសត្រូវរបស់កម្ពុជាចំពោះអាស៊ាន (២). សម្រេចការងារអនុតំបន់ (AMECS, CLV, CLMV,..) ជាការទទួលខុសត្រូវរបស់កម្ពុជា (៣).ពង្រឹងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការទ្វេភាគី និង (៤). ពង្រឹងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក ដើម្បីស្តារទេសចរណ៍ឡើងវិញ។ • បង្កើតយន្តការសម្របសម្រួលមួយដល់អ្នកធ្វើដំណើរបរទេសមកកម្ពុជារយៈពេលយូរ • ផ្សព្វផ្សាយទិដ្ឋាការពិសេសនេះឱ្យបានទូលំទូលាយទៅកាន់អន្តរជាតិ • ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលក្នុងការតាមដានទីតាំងរបស់ភ្ញៀវទេសចរ (ឧទាហរណ៍ កម្មវិធីតាមដានការធ្វើដំណើររបស់ភ្ញៀវទេសចរ Track App)	នៅឆ្នាំ២០២១ ត្រៀមរៀបចំជាម្ចាស់ផ្ទះវេទិកាទេសចរណ៍អាស៊ាន ឆ្នាំ២០២២ ហើយកម្ពុជាក៏ជាប្រធានកិច្ចប្រជុំនានាកំលុងឆ្នាំ២០២១ (ថ្នាក់ស្ថាប័នទេសចរណ៍ជាតិ - NTOs) ឆ្លើយតបនឹងការគាំទ្ររបស់ UNWTO ដែលផ្ញើសារជូន**សម្តេចតេជោ** ករណី MS Westerdam និងភាពជោគជ័យនៃការបើកឡើងវិញនៃទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ក្រសួងទេសចរណ៍នឹងសហការជាមួយប្រទេសសមាជិក UNWTO ផ្សេងទៀតអនុវត្តនូវគោលការណ៍នានាដែលដាក់ចុះដោយ UNWTO ដើម្បីស្តារវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញ និងធ្វើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍កាន់តែរឹងមាំនាថ្ងៃអនាគត ក្នុងនោះUNWTO ជួយកម្ពុជាក្នុងការដោះស្រាយផលប៉ះពាល់កូវីដ-១៩ ជំរុញការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស ជំរុញសហគ្រិនវ័យក្មេង និងនវានុវត្តន៍ ជំរុញទេសចរណ៍ម្ហូបអាហារជាដើម។ ក្នុងក្របខ័ណ្ឌអនុតំបន់ កម្ពុជានឹងជាប្រធានកិច្ចប្រជុំរដ្ឋមន្ត្រីទេសចរណ៍ ACMECS និងកិច្ចប្រជុំមន្ត្រីជាន់ខ្ពស់ដើម្បីរៀបចំផែនការស្តារ វិស័យទេសចរណ៍តំបន់ ACMECS ស្របតាមការចង្អុលបង្ហាញនៃកិច្ចប្រជុំកំពូល ACMECS កាលពីថ្ងៃទី០៨ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២០។ កិច្ចសហប្រតិបត្តិការអនុតំបន់ផ្សេងៗទៀត (CLMV, CLV, MLV) និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការទ្វេភាគីដទៃទៀត	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ - ក្រសួងការបរទេស និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរ-ជាតិ - ក្រសួងសុខាភិបាល

			ត្រូវបានផ្តោតលើការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញ និងភាពរឹងមាំនៃវិស័យទេសចរណ៍នាថ្ងៃអនាគត។ ការផ្តល់ទិដ្ឋាការពិសេស នឹងផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់អ្នកដំណើរបរទេសទាំងអស់ដែលបានគ្រោងធ្វើដំណើរមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជារយៈពេលយូរ។ ជាក់ស្តែង ប្រទេសថៃបានដាក់ចេញនូវគោលនយោបាយទិដ្ឋាការពិសេសសម្រាប់សម្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរដែលមានបំណងស្នាក់នៅយូរសម្រាប់រយៈពេលនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នេះរហូតដល់ថ្ងៃ៣០ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២១។ ការដាក់ចេញប្រភេទទិដ្ឋាការនេះក្នុងគោលបំណងទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរគុណភាព (ចំណាយខ្ពស់) និងស្នាក់នៅយូរ និងការដាក់ចេញប្រភេទទិដ្ឋាការនេះសង្ឃឹមថានឹងអាចចាក់បញ្ចូលក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចថៃប្រមាណ ៣៨០ លានដុល្លារ ក្នុងមួយឆ្នាំ។	
១.២.២.៧-	កំណត់ និងសិក្សាអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេស-ចរណ៍ថ្មីៗ ដែលកម្ពុជាមានសក្តានុពលក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩	• សិក្សាលទ្ធភាពគម្រោងរៀបចំវិថីម្ហូបអាហារនៅខេត្តកំពត ខេត្តកែប ខេត្តបាត់ដំបង ខេត្តកំពង់ធំ ខេត្តព្រះសីហនុ និងរាជធានីភ្នំពេញ • សិក្សាប្លង់ស្លាបត្យកម្មសួនទេសចរណ៍ Westerdam នៅខេត្តព្រះសីហនុ • កំណត់ប្រភេទផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗដែលកម្ពុជាមានសក្តានុពលសម្រាប់ត្រៀមទទួលភ្ញៀវទេសចរក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ • សិក្សាលទ្ធភាពហិរញ្ញប្បទានគាំទ្រអាចក្រោមទម្រង់ PPP ឬ មូលនិធិលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩	កិច្ចការសំខាន់សម្រាប់កម្ពុជាក្នុងដំណាក់កាលនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ នោះ គឺការកំណត់អត្តសញ្ញាណវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា “**កម្ពុជា : ក្រៅពីប្រាសាទ**”។ កិត្តិនាមម៉ាកយីហោថ្មីរបស់កម្ពុជាដែលមានភាពខ្លាំងក្លា និងមានភាពចម្រុះនោះ គឺត្រូវផ្តោតលើការអភិវឌ្ឍលើសសរស្តម្ភចំនួន ០៤ គឺ ភាពជាខ្មែរ បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ ទេសចរណ៍ឆ្នេរ និងអេកូទេសចរណ៍។ ប្រទេសកម្ពុជាមានសក្តានុពលធំធេងលើសសរទាំងបួននេះ យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយនេះនឹងផ្តោតលើប្រភព	- ក្រសួងទេសចរណ៍

		• ត្រូវដាក់ស្នើបញ្ចូលក្រុងបាត់ដំបងជាទីក្រុងបេតិក-ភណ្ឌពិភពលោករបស់អង្គការ UNESCO	ទីផ្សារទេសចរណ៍ខុសៗគ្នាសម្រាប់ទីផ្សារទេសចរណ៍លោកខាងលិច និងទីផ្សារទេសចរណ៍អាស៊ី។ ភាគច្រើននៃផលិតផលដែលមានសក្តានុ-ពលកម្ពុជាមានរួចស្រាប់ទៅហើយ និងបានកំពុងយកទៅប្រើប្រាស់ និងផ្សព្វផ្សាយដោយវិស័យឯកជន។ ជាការសំខាន់ គួរមានការពិនិត្យឡើងវិញនូវផលិតផលទេសចរណ៍ស្របតាមសសរស្តម្ភទាំងបួន និងបញ្ចូលខ្លឹមសារនេះទៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩។ រីឯការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗមានសារៈសំខាន់ក្នុងការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញ ដូច្នេះ គួរពិចារណាលើយន្តការគាំទ្រដោយមូលនិធិលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ពិសេសវិស័យអេកូទេសចរណ៍ ដែលមានសារៈ-សំខាន់ណាស់ក្នុងការបង្កើនឱកាសដល់ផលិតផលកម្រិតខ្ពស់/គុណភាពខ្ពស់។ យើងបានរំពឹងទុកថាក្នុងរយៈពេលមធ្យម និងវែង និងមានតម្រូវការកាន់តែច្រើនសម្រាប់ផលិតផលទេសចរណ៍ប្រភេទនេះក្នុងចំណោមប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍ថ្មីៗ ជាជាងប្រភេទទីផ្សារទេសចរណ៍ បែបសាកាដូដែលមានការចំណាយទាប។ ខណៈដែលភ្ញៀវទេសចរកម្រិតខ្ពស់គឺនៅមានចំនួនទាប រីឯការចំណាយរបស់ពួកគេគឺកាន់តែច្រើន ហើយមានឥទ្ធិពលខ្ពស់ដល់សេដ្ឋកិច្ចក្នុងតំបន់	

			និងគ្រប់ខ្សែចង្វាក់ផលិតកម្មទេសចរណ៍។ ការផ្តោតដ៏សំខាន់សម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជានោះ គឺការអភិវឌ្ឍផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ដែលមានគុណភាព/មានតម្លៃខ្ពស់ ដូច្នេះគួរពិចារណាលើការលើកទឹកចិត្តផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ដែលបានអនុវត្តស្របតាមស្តង់ដាគុណភាព ឬស្តង់ដាបៃតងនានា។	
១.៣- រៀបចំយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ឡើងវិញ				
១.៣.១- សិក្សា និងរៀបចំយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ (ថ្នាក់ជាតិ)				
១.៣.១.១-	ពង្រឹងរចនាសម្ព័ន្ធឆ្លើយតបដំណាក់កាលក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩	• ពង្រឹងភាពជាដៃគូរវាងរដ្ឋ-វិស័យឯកជន (PPP) ក្នុងការអភិវឌ្ឍ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ និងពង្រឹងសមត្ថភាពនៃក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា • ពង្រឹងសមត្ថភាពនៃគណៈកម្មការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត • ធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព **ច្បាប់ ស្តីពី "ទេសចរណ៍"** • ធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ (២០១២-២០២០) ទៅជាផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ (២០២១-២០៣៥) • រៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២១-២០២៥) ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ • សិក្សា និងរៀបចំគោលនយោបាយពិសេសសម្រាប់	ក្រសួងទេសចរណ៍ គួរពិនិត្យឡើងវិញស្តីពីការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពច្បាប់ និងផែនការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា រួមមានដូចខាងក្រោម៖ **ទី១.** ស្នើឱ្យធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពច្បាប់ ស្តីពី "ទេសចរណ៍" ដែលចេញដោយព្រះរាជក្រម លេខ នស/រកម/០៦០៩/០០៧ ចុះថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០០៩ ត្រូវមានចំណុចបន្ថែមមួយចំនួន ដូចជា អេកូទេសចរណ៍ សហគមន៍ទេសចរណ៍ ទេសចរណ៍សមុទ្រ ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ក្រោមទម្រង់ភាពជាដៃគូ។ល។ **ទី២.** ធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ (២០១២-២០២០) ទៅជាផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ (២០២១-២០៣៥)។ ទន្ទឹមនឹងនេះត្រូវដាក់ចេញ ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍តំបន់ទេសចរណ៍នៅតំបន់ ឬប៉ូលទេសចរណ៍	- ក្រសួងទេសចរណ៍

		ការលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ។ • ធ្វើវិសោធកម្មច្បាប់ស្ដីពីសារពើពន្ធលើការលក់ទំនិញ Duty-Free ជូនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ • រៀបចំផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានីភ្នំពេញ (២០២១-២០៣៥) • រៀបចំផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា • សិក្សាលទ្ធភាពនៃគម្រោងបង្កើតសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប និងខេត្តមណ្ឌលគិរី	សំខាន់ៗ។ **ទី៣.** ពង្រឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងសមត្ថភាពហិរញ្ញវត្ថុនៃក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោមទម្រង់ភាពជាដៃគូ។ **ទី៤.** រៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងសិក្សាទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២១-២០២៥) ក្រោយកូវីដ-១៩: វាពិតជាមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងក្នុងការរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២១-២០២៥) ដែលទាមទារឱ្យមានការរៀបចំនូវយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារទេសចរណ៍មួយដ៏មានប្រសិទ្ធភាពសមស្របទៅនឹងសកលភាវូបនីយកម្ម និងនិន្នាការថ្មីៗរបស់ពិភពលោក ដើម្បីធ្វើឱ្យកម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងធម្មជាតិលំដាប់ពិភពលោកដែលមានឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែង ទាក់ទាញក្នុងតំបន់ និងសកលលោក។ **ទី៥.** រៀបចំផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍តាមតំបន់គោលដៅអាទិភាព: រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានកំណត់គោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗរបស់កម្ពុជាត្រូវតែអភិវឌ្ឍន៍ឱ្យស្របតាមទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រអត្តសញ្ញាណ និងសក្ដានុពលនៃតំបន់របស់ខ្លួនមានដូចខាងក្រោម÷ (១) តំបន់សៀមរាប និងតំបន់ជុំវិញ: គឺជា “គោលដៅទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ និងជាបណ្ដុំ សម្រាប់តំបន់ភាគពាយ័ព្យ” (២) តំបន់ភ្នំពេញ និងជុំវិញ: គឺជា “គោល	

			ដៅទេសចរណ៍ចម្រុះលំដាប់ខ្ពស់ និងប្រណិត” (៣) តំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា គឺ “ជាគោលដៅទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរ និងអេកូទេសចរណ៍” (៤) តំបន់ឦសាន គឺជា “ គោលដៅអេកូទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍បែបផ្សងព្រេង ” ដូច្នេះរាជរដ្ឋាភិបាលបានប្រគល់ឱ្យក្រសួងទេសចរណ៍ដឹកនាំគណៈកម្មការអន្តរក្រសួង រៀបចំកសាងផែនការមេចំនួន (០៣) គឺ ផែនការមេសម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប (២០២១-២០៣៥) ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តកែប (២០២១-២០៣៥),ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តមណ្ឌលគិរី(២០២១-២០៣៥)។ **ទី៦.** ត្រូវ**រៀបចំគោលនយោបាយទេសចរណ៍ពិសេស**អមជាមួយសិក្សា និងរៀបចំបង្កើត **តំបន់ទេសចរណ៍ពិសេស** ដើម្បីរៀបចំខ្លួនចូលរួមស្តារវិស័យទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ តំបន់ទេសចរណ៍ពិសេសគួរសិក្សា និងរៀបចំឡើងតាមរយៈការផ្តល់នូវការលើកទឹកចិត្តដល់ការទាក់ទាញវិនិយោគទេសចរណ៍ ការទាក់ទាញទេសចរណ៍ផ្ទះទី២ ដែលជាទេសចរណ៍ស្នាក់នៅយូរ និងប្រភេទជាគោលនយោបាយទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ (ឧទាហរណ៍ ការបង្កើតឱ្យមានទិដ្ឋាការពិសេសសម្រាប់ការស្នាក់នៅយូររបស់ភ្ញៀវទេសចរមកកម្សាន្តក្នុងតំបន់នេះ។ តំបន់ទេសចរណ៍ពិសេសនេះនឹងលើកកម្ពស់ឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែងទេសចរណ៍កម្ពុជាចាប់យកឱកាស និងចំណែកទីផ្សារទេសចរណ៍គុណភាព	

			ក្រោយជំងឺកូវីដ-១៩។ ក្នុងដំណាក់កាលនេះ ក្រសួងទេសចរណ៍ត្រូវរៀបចំគោលនយោបាយសម្រាប់ទាក់ទាញប្រភេទភ្ញៀវទេសចរមកកាន់តំបន់ទេសចរណ៍ពិសេសនេះអមជាមួយការបង្កើតច្បាប់ ឬព្រះរាជក្រឹត្យ។ **ទី៧.** ធ្វើវិសោធកម្មច្បាប់ស្តីពីសារពើពន្ធដើម្បីសម្រួលដល់ការទិញទំនិញ (Duty-Free) របស់ភ្ញៀវទេសចរនៅកម្ពុជា ស្របតាមស្មារតីនៃកិច្ចប្រជុំពេញអង្គនៃគណៈរដ្ឋមន្ត្រីនៅថ្ងៃទី២៣ តុលា ឆ្នាំ ២០២០។	
១.៣.២- អភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ក្នុងកម្រិតថ្នាក់រាជធានី-ខេត្ត				
១.៣.២.១-	ការរៀបចំបង្កើតអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ តាមរាជធានី-ខេត្ត និងគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ	• ពង្រឹងរចនាសម្ព័ន្ធគណៈកម្មការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្តឱ្យក្លាយជាអង្គភាពគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍នៅតាមរាជធានី-ខេត្ត (លើកលែងតែរាជធានី-ខេត្តដែលជាគោលដៅទេសចរណ៍ដែលមានលក្ខណៈពិសេស) • រៀបចំយន្តការអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេស-ចរណ៍សៀមរាប កែប និងមណ្ឌលគិរី ស្របតាមផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រៀងៗខ្លួន	ដើម្បី "**បង្កើនភាពប្រកួតប្រជែង និងធានានិរន្តរភាព**" ទាញចេញពីការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពនីមួយៗ។ ការបង្កើតអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ គឺត្រូវផ្អែកលើអភិក្រមសិក្សាត្រឹមត្រូវ និងច្បាស់លាស់។ អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍បង្កើតឡើងដើម្បីប្រែក្លាយឱ្យគោលដៅទេសចរណ៍មួយដែលអាចផ្តល់សេវាកម្ម ការកម្សាន្តប្រកបដោយការពេញចិត្តដែលមានការចងចាំដល់ភ្ញៀវទេសចរ និងធានាបាននូវនិរន្តរភាព គឺតម្រូវឱ្យមានការគិតគូរដល់ការអភិវឌ្ឍមួយដែលមានការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ (រដ្ឋ-វិស័យឯកជន និងសហគមន៍មូលដ្ឋាន ឬដៃគូអភិវឌ្ឍ)។	- ក្រសួងទេសចរណ៍
១.៣.៣- ពង្រឹងអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ក្នុងកម្រិតប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍				

១.៣.៣.១-	ការរៀបចំផែនការពង្រឹងគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ល្អៗផ្សារភ្ជាប់នឹងសុវត្ថិភាព និងបង្កើនបទពិសោធន៍ល្អៗនៅតាមរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍នានា។	• ការពិនិត្យឡើងវិញនៃការគ្រប់គ្រងភ្ញៀវទេសចរនៅរមណីយដ្ឋានសំខាន់ៗដើម្បីអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ផ្សារភ្ជាប់នឹងការបង្កើនបទពិសោធន៍ល្អៗ • អភិវឌ្ឍន៍ការបណ្តុះបណ្តាល និងសមត្ថភាពក្នុងការបង្កើនគុណភាពនៃបទពិសោធន៍ល្អៗដល់ភ្ញៀវទេសចរនៅតាមរមណីយដ្ឋាននានា • ប្រើពេលវេលាដែលគ្មានភ្ញៀវនេះជាឱកាសដើម្បីធ្វើការកែលម្អសម្បទាទេសចរណ៍នៅរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍សំខាន់នីមួយៗឱ្យប្រសើរឡើង • ត្រូវរៀបចំឱ្យមានបន្ទប់ទឹកស្អាតនៅតាមរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ • ត្រូវធានាឱ្យមានកន្លែងលាងដៃ និងអនាម័យជាអចិន្ត្រៃយ៍ នៅតាមគោលដៅបេតិកភណ្ឌ និងតំបន់ទេសចរណ៍ដទៃទៀត	ការបង្កើតឱ្យមានការអនុវត្តគម្លាតសង្គមទាមទារឱ្យមានការពិនិត្យឡើងវិញនូវវិធានការក្នុងការគ្រប់គ្រងភ្ញៀវទេសចរនៅក្នុងគោលដៅទេសចរណ៍/រមណីយដ្ឋាន ពិសេសតំបន់បេតិកភណ្ឌទេសចរណ៍ដែលមានភ្ញៀវទស្សនាច្រើន។ នេះអាចរាប់បញ្ចូលទាំងការកំណត់ចំនួនអ្នកទស្សនា ការកំណត់ពេលវេលាសម្រាប់ការចូលជាក្រុមធំៗ ការកែប្រែតម្លៃការលក់សំបុត្រដើម្បីពង្រឹងការគ្រប់គ្រងការផ្ទុកចំនួនភ្ញៀវទេសចរ។ ត្រូវបង្កើនការបណ្តុះបណ្តាលថ្មីៗ ដើម្បីលើកកម្ពស់ស្តង់ដាគុណភាពសេវាកម្មជាពិសេសការធ្វើវិក្រឹត្យការមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍។ ក្នុងកំលុងពេលនេះ គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ សម្រាប់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ក្នុងការអភិវឌ្ឍជំនាញវិជ្ជាជីវៈបន្ថែមទៀតដល់បុគ្គលិក (ដូចជាការបង្កើនសមត្ថភាពភាសាបន្ថែមសម្រាប់ទីផ្សារគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ។ល។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងបរិស្ថាន - រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត

ដំណាក់កាលទី២ ៖ ការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (២០២២-២០២៣)

- **យុទ្ធសាស្ត្រទី១: ការស្តារឡើងវិញផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍**
- **យុទ្ធសាស្ត្រទី២: ការស្តារឡើងវិញទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិ (តំបន់) និងបន្តជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក**
- **យុទ្ធសាស្ត្រទី៣: ដាក់ឱ្យអនុវត្តយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ថ្មី**
- **ផែនការសកម្មភាពក្នុងដំណាក់កាលទី២: ការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (២០២២ - ២០២៣)**

២- ដំណាក់កាលទី២ : ការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (២០២២-២០២៣)

(**៦៤**). យោងតាមការព្យាករសេណារីយ៉ូទី២ នៅឆ្នាំ២០២៥ ចំនួនភ្ញៀវទេសចរនឹងកើនឡើងទៅរកភាពដើមវិញ។ ក្នុងន័យនេះ ផែនទីចង្អុលផ្លូវបានដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្រ្តដូចខាងក្រោម÷

ក- យុទ្ធសាស្រ្តទី១: ការស្តារឡើងវិញផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍÷

(**៦៥**). ក្នុងដំណាក់កាលទី២នេះ **សកម្មភាពយុទ្ធសាស្រ្តរបស់យុទ្ធសាស្រ្តទី១** មានចំនួន **០៤ ចំណុច** ត្រូវបានលើកឡើង រួមមាន÷

១- បន្តអនុវត្តកម្មវិធីគាំពារអាជីវកម្មទេសចរណ៍ខ្នាតតូច និងខ្នាតមធ្យម

២- លើកកម្ពស់ផលិតភាពក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ (តាមរយៈពង្រឹងជំនាញថ្មីៗ និងបច្ចេកវិទ្យា)

៣- ពង្រឹងការអភិវឌ្ឍជំនាញទេសចរណ៍ក្នុងបរិការណ៍ថ្មី (ក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩)

៤- រៀបចំប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ឆ្លាតវៃ។

ខ- យុទ្ធសាស្រ្តទី២: ការស្តារឡើងវិញទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិ (តំបន់) និងបន្តជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក÷

(**៦៦**). ក្នុងយុទ្ធសាស្រ្តទី២នេះ **សកម្មភាពយុទ្ធសាស្រ្តចំនួន០៩** ត្រូវបានលើកឡើង រួមមាន÷

១- ទំនើបកម្មកិត្តិនាមម៉ាកយីហោ (Branding) វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា “**កម្ពុជា: ក្រៅពីប្រាសាទ**” ក្រោមយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ “**កម្ពុជា: ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ**”

២- ការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ប្រកបដោយនវានុវត្តន៍ និងច្នៃប្រឌិតផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងសសរស្តម្ភ “ភាពជាខ្មែរ” ស្របនឹងគោលគំនិត “3Cs”

៣- ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសនៃប្រទេសកម្ពុជា

៤- ការសិក្សាពីនិន្នាការទីផ្សារទេសចរណ៍ថ្មីៗ និងអាកប្បកិរិយាទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩

៥- បង្កើតភាពទាក់ទាញកម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ម៉ាយៈ ទេសចរណ៍ម្ហូបអាហារ អេកូទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍ផ្សងព្រេង

៦- រៀបចំយុទ្ធសាស្រ្តទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ទៅកាន់ទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗតាមប្រព័ន្ធឌីជីថល (E-Reputation)

៧- បន្តសហការជាមួយទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ និងក្នុងបណ្តាប្រទេសអាស៊ាន និងអាស៊ានបូកបី ក្នុងការរៀបចំយន្តការ “**ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព**” ក្នុងតំបន់ និងការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ដោយខ្លួនឯង

៨- បន្តជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក

៩- បង្កើនភាពទាក់ទាញ និងផ្សព្វផ្សាយ “**កម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍កីឡា**” តាមរយៈព្រឹត្តិការណ៍ SEA Game 2023។

គ- យុទ្ធសាស្ត្រទី៣: ដាក់ឱ្យអនុវត្តយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ថ្មី÷

(**៦៧**). ក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទី៣ នេះ **សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន០៤** ត្រូវបានលើកឡើង រួមមាន÷

១- ពង្រឹងយន្តការដៃគូរវាងរដ្ឋ-វិស័យឯកជន (PPP) ក្នុងការសិក្សាទីផ្សារ និង ផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា

២- ពង្រឹងសមត្ថភាពសម្រាប់រដ្ឋបាលទំនើបក្នុងការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍

៣- អនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២១-២០៣៥) និងផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប មណ្ឌលគិរី និងកែប

៤- ពង្រឹងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិទេសចរណ៍។

ផែនការសកម្មភាពអនុវត្តសង្ខេបនៃដំណាក់កាលទី២ : ការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (២០២២ - ២០២៣)

យុទ្ធសាស្ត្រ	២.១- ការស្តារឡើងវិញផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍	២.២- ការស្តារឡើងវិញទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិ (តំបន់) និងបន្តជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក	២.៣- ដាក់ឱ្យអនុវត្តយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ថ្មី
ដំណាក់កាលទី២ (Recovery) (២០២២ - ២០២៣)	២.១.១- បន្តអនុវត្តកម្មវិធីគាំពារអាជីវកម្មទេសចរណ៍ខ្នាតតូច និងខ្នាតមធ្យម	២.២.១- ទំនើបកម្មកិត្តិនាមម៉ាកយីហោ (Branding) វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា **"កម្ពុជា: ក្រៅពីប្រាសាទ"** ក្រោមយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ **"កម្ពុជា : ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ"**	២.៣.១- ពង្រឹងយន្តការដៃគូរវាងរដ្ឋ-វិស័យឯកជន (PPP) ក្នុងការសិក្សាទីផ្សារ និង ផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា
	២.១.២- លើកកម្ពស់ផលិតភាពក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ (តាមរយៈពង្រឹងជំនាញថ្មីៗ និងបច្ចេកវិទ្យា)	២.២.២- ការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ប្រកបដោយនវានុវត្តន៍ និងច្នៃប្រឌិតផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងសសរស្តម្ភ "ភាពជាខ្មែរ" ស្របនឹងគោលគំនិត "3Cs"	២.៣.២- ពង្រឹងសមត្ថភាពសម្រាប់រដ្ឋបាលទំនើបក្នុងការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍
	២.១.៣- ពង្រឹងការអភិវឌ្ឍជំនាញទេសចរណ៍ក្នុងបរិការណ៍ថ្មី (ក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩)	២.២.៣- ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសនៃប្រទេសកម្ពុជា	២.៣.៣- អនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២១-២០៣៥) និងផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប មណ្ឌលគីរី និងកែប
	២.១.៤- រៀបចំប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ឆ្លាតវៃ	២.២.៤- ការសិក្សាពីនិន្នាការទីផ្សារទេសចរណ៍ថ្មីៗ និងអាកប្បកិរិយាទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩	២.៣.៤- ពង្រឹងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិទេសចរណ៍
		២.២.៥- បង្កើតភាពទាក់ទាញកម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ម៉ាយ ទេសចរណ៍ម្ហូបអាហារ អេកូទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍ផ្សងព្រេង	
		២.២.៦- រៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ទៅកាន់ទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗតាមប្រព័ន្ធឌីជីថល (E-Reputation)	
		២.២.៧- បន្តសហការជាមួយទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ និងក្នុងបណ្តាប្រទេសអាស៊ាន និងអាស៊ានបូកបី ក្នុងការរៀបចំយន្តការ **"ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព"** ក្នុងតំបន់ និងការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ដោយខ្លួនឯង	
		២.២.៨- បន្តជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក	
		២.២.៩- បង្កើនភាពទាក់ទាញ និងផ្សព្វផ្សាយ **"កម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍កីឡា"** តាមរយៈព្រឹត្តិការណ៍ SEA-Game 2023	

ផែនការសកម្មភាពអនុវត្តលម្អិតនៃដំណាក់កាលទី២ : ការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (២០២២ - ២០២៣)

ផែនការសកម្មភាពស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩				
ល.រ.	សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រ	សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រលម្អិត	ទឡ្ហីករណ៍	អង្គភាពទទួលខុសត្រូវ
ដំណាក់កាលទី២: ការស្តារ និងលើកស្ទួយឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (២០២២-២០២៣)				
២.១- ការស្តារឡើងវិញផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍				
២.១.១-	បន្តអនុវត្តកម្មវិធីគាំពារអាជីវកម្មទេសចរណ៍ខ្នាតតូច និងខ្នាតមធ្យម	• បន្តគាំទ្រលើកម្មវិធីគាំពារផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច ដូចជា បន្តគាំទ្រហិរញ្ញប្បទានលើកទឹកចិត្តដល់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ធុនតូច និងមធ្យម ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ក្នុងករណីចាំបាច់ • បន្តការពិនិត្យ និងលើកទឹកចិត្តផ្នែកពន្ធដារ និងការលើកទឹកចិត្តនានាដែលបម្រើឱ្យមានការរស់រាននៃអាជីវកម្មទេសចរណ៍ធុនតូច និងមធ្យម ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នេះភ្លាមៗ។	យោងតាមការវិភាគលើការស្ទង់មតិស្តីពី **"ផលប៉ះពាល់នៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ លើវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា"** បង្ហាញថា អាជីវកម្មដែលទាក់ទងនឹងវិស័យសេវាកម្មទេសចរណ៍ត្រូវបានមើលឃើញថាទទួលរងផលប៉ះពាល់ស្ទើរតែ (១០០%)។ តាមការរំពឹងទុក វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាអាចនឹងត្រូវការរយៈពេលប្រហែលចន្លោះពី ០៤-០៥ ឆ្នាំ ដើម្បីវិលត្រឡប់មករកសភាពដើមវិញក្រោយពីវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នេះ។ ដូច្នេះ ដើម្បីធានាភាពរស់រានរបស់វិស័យឯកជនទាំងអស់ និងរក្សានូវភាពធន់ ក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ច គួរដាក់ចេញវិធានការគាំទ្របន្តដល់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ធុនតូច និងមធ្យមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងការលើកទឹកចិត្តនានាដូចជាអន្តរាគមន៍ជាបន្តបន្ទាប់របស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ - ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ - វិស័យឯកជន
២.១.២-	លើកកម្ពស់ផលិតភាពក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ (តាមរយៈពង្រឹងជំនាញថ្មីៗ និងបច្ចេកវិទ្យា)	• សម្រួលដល់ការផ្ទេរបច្ចេកវិទ្យាគាំទ្រដល់ការលើកកម្ពស់ផលិតភាពអាជីវកម្មទេសចរណ៍ • លើកទឹកចិត្តដល់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍ (R&D) និងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗបម្រើឱ្យ	ដំណើរការនៃការជំរុញវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យឆ្ពោះទៅរកបរិបទថ្មី នឹងត្រូវការការវិនិយោគក្នុងកម្រិតគួរឱ្យកត់សម្គាល់ពីស្ថាប័នរដ្ឋ វិស័យឯកជន និងដៃគូអភិវឌ្ឍនានា។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានកំណត់នៅ	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍

		វិស័យ ទេសចរណ៍ • ពង្រឹងការបណ្តុះបណ្តាលអក្ខរកម្មឌីជីថល និង ជំនាញឌីជីថល ក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍	ក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណដំណាក់កាលទី៤ នៃរដ្ឋសភា អាណត្តិទី៦នេះ ក្នុងការត្រៀមលក្ខណៈសម្បត្តិសម្រប ខ្លួន នឹងបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤ ខណៈដែលបដិវត្តន៍ ឧស្សាហកម្មទី៤ កំពុងបង្ហាញពីការរីកចម្រើននៃបច្ចេក-វិទ្យានៅក្នុងពិភពលោក ដែលជះឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងលើ ការកំណត់ឡើងវិញនូវកត្តាផលិតកម្ម ឥរិយាបថការប្រើ ប្រាស់ ពិសេសការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទាំងនេះ នឹងចូល រួមបង្កើនភាពប្រកួតប្រជែង និងផលិតភាពក្នុងឧស្សាហ-កម្មទេសចរណ៍។ ទន្ទឹមនឹងការរក្សាភាពធន់របស់វិស័យឯកជន សហគ្រិន/និយោជកគួរគិតគូរអំពីគំរូអាជីវកម្មប្រភេទថ្មី ដើម្បីសម្របទៅតាមស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមជាក់ស្តែង ដោយក្នុងនោះ÷ ទី១)-អាជីវកម្មគួរអនុវត្តដំណោះស្រាយឌីជីថល តាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាជាជំនួយ។ ទី២)- ត្រូវពង្រឹងសមត្ថភាព និងគុណភាព ពិសេសការបង្កើនផលិតភាព ដើម្បីត្រៀមខ្លួនរួចជាស្រេច សម្រាប់ការប្រកួតប្រជែងស្រួចស្រាល ទីផ្សារកាន់តែរួម ចង្អៀត ហើយខ្សែចង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់កាន់តែបង្រួមខ្លី។ ការគិតគូរប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗក្នុង ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មទេសចរណ៍បានលុះត្រាតែម្ចាស់ អាជីវកម្មនោះយល់ដឹងច្បាស់លាស់ អំពីបច្ចេកវិទ្យា និង អក្ខរកម្មឌីជីថលមានកម្រិតសមរម្យ។ ដូច្នេះ ទាមទារ នូវការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញឌីជីថលដល់ម្ចាស់អាជីវកម្ម	- ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និង នវានុវត្តន៍ - វិស័យឯកជន - មជ្ឈមណ្ឌលកម្ពុជា៤.០

			និងជនបង្គោលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នោះ។ ជាដំណាក់កាលដំបូង ក្រសួងទេសចរណ៍នឹងសហការជាមួយស្ថាប័នជំនាញក្នុងការរៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មទេសចរណ៍តាមបែបឌីជីថលនានា ដូចជា ការបណ្តុះ-បណ្តាលអចល័ត ការបណ្តុះបណ្តាលចល័ត ការបណ្តុះ-បណ្តាលក្នុងក្រុមហ៊ុន ការបណ្តុះបណ្តាលនៅកន្លែងធ្វើការជាដើម។ ដូច្នេះ វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាទាមទារនូវមូលនិធិសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍ លើការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ក៏ដូចជាមធ្យោ-បាយសម្របសម្រួលផ្គត់ផ្គង់ឆ្ពោះទៅអភិវឌ្ឍន៍ពាណិជ្ជ-កម្មអេឡិចត្រូនិក ។	
២.១.៣-	ពង្រឹងការអភិវឌ្ឍជំនាញទេសចរណ៍ក្នុងបរិការណ៍ថ្មី (ក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩)	• បន្ទីជំនាញឌីជីថល ជាមួយនឹងការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ • ពង្រឹងការអភិវឌ្ឍជំនាញទេសចរណ៍ស្របតាមចក្ខុវិស័យ "**បុគ្គលិកម្នាក់ ជំនាញមួយ**"	ជំនាញឌីជីថលមាន ៣ កម្រិត រួមមាន÷ - **កម្រិតទី១.** ជំនាញឌីជីថលមូលដ្ឋាន: ជាជំនាញដែលមានតម្រូវការស្ទើរតែគ្រប់ការងារទាំងអស់ ជាជំនាញត្រូវការនូវការចេះប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាអប្បបរមា សម្រាប់ជីវិត និងការងារប្រចាំថ្ងៃ។ ឧទាហរណ៍ ចេះប្រើប្រាស់ទូរសព្ទដៃឆ្លាត និងកម្មវិធីទូរសព្ទមួយចំនួន ដូចជា Google Maps, Telegram, Facebook ។ល។ - **កម្រិតទី២.** ជំនាញឌីជីថលកម្រិតមធ្យម : ជាជំនាញទាមទារចំណេះដឹងផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់បំពេញការងារ ឬប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ ឧទាហរណ៍ ប្រើប្រាស់កម្មវិធី Design ផ្សព្វផ្សាយអាជីវកម្មក្នុង	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - សហភាពសហព័ន្ធយុវជនកម្ពុជា - ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ - មជ្ឈមណ្ឌលកម្ពុជា ៤.០

			គេហទំព័រ ឬ FaceBook, ជំនាញធ្វើទីផ្សារឌីជីថលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ជាដើម។ - **កម្រិតទី៣.** ជំនាញឌីជីថលកម្រិតខ្ពស់: ជាជំនាញសម្រាប់បុគ្គលជំនាញ ដែលពួកគេជាអ្នកបង្កើត គ្រប់គ្រង ធ្វើតេស្ត និងវិភាគលើបច្ចេកវិទ្យានោះ ដូចជា ការសរសេរកូដ ការបង្កើតគេហទំព័រ ការបង្កើតកម្មវិធីទូរសព្ទ អ្នកគ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធ (Networking) អ្នកវិភាគទិន្នន័យមហាសាល អ្នកគ្រប់គ្រង់បច្ចេកវិទ្យាសុវត្ថិភាពតាមអ៊ីនធឺណិត (Cyber security) ។ល។ សម្រាប់អ្នកជំនាញជាន់ខ្ពស់។ ដូច្នេះ ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នេះ នឹងមានដាក់ចេញយុទ្ធនាការពីរព្រមគ្នា ដើម្បីគាំទ្រដល់វិស័យឯកជនរបស់យើងក្នុងការចាប់យកឱកាសនៃបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលក្នុងការបង្កើនផលិតភាពរបស់ខ្លួន និងភាពប្រកួតប្រជែង គឺការដាក់យុទ្ធនាការ "**ជំនាញឌីជីថលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍**" ដោយផ្តោតលើកម្រិតទី២ និងទី៣។ រីឯ កម្រិតទី១ មានសារៈសំខាន់សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ និងមន្ត្រី ដែលត្រូវចេះជំនាញឌីជីថល និងឌីជីថលមូលដ្ឋាន គឺត្រូវដាក់ចេញយុទ្ធនាការ "**អក្ខរកម្មឌីជីថលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍**"។ ក្នុងដំណាក់កាលនេះ ការអភិវឌ្ឍជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍មានសារៈសំខាន់ចាំបាច់ និងដើម្បីឱ្យស្របតាមចក្ខុវិស័យ "**បុគ្គលិកម្នាក់ ជំនាញមួយ**" នោះ	

			ការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈអាចស្ថិតក្រោមទម្រង់ការបណ្តុះបណ្តាលផ្ទាល់ និងការបណ្តុះបណ្តាលតាមអនឡាញ (E-Learning)។ ដូច្នេះ **ការបង្កើតសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅប៉ូលទេសចរណ៍អាទិភាពទាំង ៤** គឺជាការចាំបាច់ (**រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តព្រះសីហនុ សៀមរាប និងមណ្ឌលគិរី**)។	
២.១.៤	រៀបចំប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ឆ្លាតវៃ	• សិក្សាលើគម្រោងវិនិយោគសមស្របនានាដែលគាំទ្រដល់ការចាប់យកបច្ចេកវិទ្យាជាក់ស្តែងស្របតាមទស្សនទានទេសចរណ៍ឆ្លាតវៃ • ដាក់ចេញនូវកម្មវិធីឌីជីថលនានាដែលគាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា (ឧ.ផ្តល់កម្មវិធីទូរសព្ទមានមគ្គុទ្ទេសក៍ច្រើនភាសា និងងាយស្រួល សេវាកម្មធ្វើដំណើរ ការទូទាត់ប្រាក់លើប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត។ល។ • រៀបចំបណ្តាញ និងប្រព័ន្ធឌីជីថលគាំទ្រ ដែលមានដូចជា ការផ្តល់សេវាកម្ម Free Wi-Fi សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ និងការចុះអាជ្ញាបណ្ណអាជីវកម្មទេសចរណ៍តាមប្រព័ន្ធអនឡាញ។ល។ • ផ្តល់ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពខ្ពស់លើបណ្តាញអ៊ីនធឺណិត ទាំងសុវត្ថិភាពតាមប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន ឯកជនភាព។ល។	ការសម្រេចចិត្តដែលមានទិន្នន័យច្បាស់លាស់ និងការដាក់ចេញយុទ្ធសាស្ត្រ គឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ ជាពិសេសនៅពេលមានវិបត្តិនេះ។ ដូច្នេះ ត្រូវចាប់យកការផ្លាស់ប្តូរឌីជីថល និងជំរុញការរៀបចំប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីបច្ចេកវិទ្យា (Ecosystem) គាំទ្រដល់ដំណើរការឌីជីថលរូបនីយកម្ម ទាំងក្នុងស្ថាប័ន រដ្ឋ និងឯកជន ដូចជាការវិនិយោគលើទិន្នន័យ ការវិភាគទិន្នន័យ និងការសហការជាមួយដៃគូក្នុងការផ្ទេរបច្ចេកវិទ្យា (Transformation Technology) បម្រើឱ្យការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩ ។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ - ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ - មជ្ឈមណ្ឌលកម្ពុជា ៤.០ - វិស័យឯកជន - ដៃគូអភិវឌ្ឍ

២.២- ការស្តារឡើងវិញទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិ (តំបន់) និងបន្តជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក				
២.២.១-	ទំនើបកម្មកិត្តិនាមម៉ាកយីហោវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា“**កម្ពុជា: ក្រៅពីប្រាសាទ**” ក្រោមយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ “**កម្ពុជា: ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ**”	• បង្កើតម៉ាកយីហោទេសចរណ៍ថ្មី មានលក្ខណៈទាក់ទាញ និងមានភាពចម្រុះ ដោយផ្អែកលើសសសរស្តម្ភចំនួន ០៤គឺ ភាពជាខ្មែរ បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ ទេសចរណ៍ឆ្នេរ និងអេកូទេសចរណ៍។ • រៀបចំការត្រួតពិនិត្យឡើងវិញលើកិត្តិនាមម៉ាកយីហោ ទេសចរណ៍កម្ពុជា ដោយធ្វើការជាមួយអ្នកជំនាញការជាតិ អន្តរជាតិ និងវិស័យឯកជន ដើម្បីធ្វើទំនើបកម្មកិត្តិនាមម៉ាកយីហោទេសចរណ៍កម្ពុជា ដោយត្រូវរំលេចជាសំខាន់នូវសសរស្តម្ភ “ភាពជាខ្មែរ” ដែលជាសក្តានុពលដ៏ធំសម្រាប់កម្ពុជា	កិត្តិនាមម៉ាកយីហោថ្មីរបស់កម្ពុជាដែលមានភាពខ្លាំងក្លា និងមានភាពចម្រុះនោះ គឺត្រូវផ្តោតលើការអភិវឌ្ឍលើសសរស្តម្ភចំនួន ០៤ គឺ ភាពជាខ្មែរ បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ ទេសចរណ៍ឆ្នេរ និងអេកូទេសចរណ៍។ ប្រទេសកម្ពុជាមានសក្តានុពលធំធេងលើសសរស្តម្ភទាំង ៤ នេះ ហើយត្រូវបានទទួលស្គាល់ពិតប្រាកដពីវិស័យឯកជនក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។ យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយនេះនឹងត្រូវផ្តោតលើប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍ខុសៗគ្នា (ទាំងសម្រាប់ទីផ្សារទេសចរណ៍លោកខាងលិច និងទីផ្សារទេសចរណ៍តំបន់អាស៊ី)។ ដំបូងយុទ្ធនាការនេះគួរត្រូវបានបង្កើតឡើងជាបឋមសម្រាប់: ទីផ្សារទេសចរណ៍ចិន ទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់អាស៊ាន និងទីផ្សារទេសចរណ៍ប្រទេសដែលប្រើប្រាស់ភាសាអង់គ្លេស។ ចំពោះការរៀបចំ កិត្តិនាមម៉ាកយីហោនេះ គួរសិក្សា និងរៀបចំឡើងដោយក្រុមហ៊ុនសេវាទីប្រឹក្សាជំនាញ ដែលមានឯកទេសខ្ពស់លើការរៀបចំយុទ្ធនាការម៉ាកយីហោទេសចរណ៍ និងមានបទពិសោធន៍លើកិច្ចការងារនេះ និងឧបត្ថម្ភហិរញ្ញប្បទានដោយគម្រោងពង្រឹងសមត្ថភាពទេសចរណ៍ (TCBP) របស់ទីភ្នាក់ងារបារាំងសំរាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ (AFD)។	- ក្រសួងទេសចរណ៍
២.២.២-	ការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ប្រកបដោយនវានុវត្តន៍ និងច្នៃប្រឌិត ផ្សារភ្ជាប់	• អភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ទាក់ទាញ និងគុណភាពនៅខេត្តសៀមរាប និងតំបន់ជុំវិញ រួមមាន៖ – ដាក់អនុវត្តផែនការសកម្មភាពចំពោះមុខ	វិស័យទេសចរណ៍ក្នុងបរិបទថ្មីក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩ នេះនឹងផ្តល់ឱកាសឱ្យ**កម្ពុជាក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ ដែលអាចផ្តល់នូវផលិតផលទេសចរណ៍**	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ

	ជាមួយនឹងសសរស្តម្ភ “ភាពជាខ្មែរ” ស្របនឹងគោលគំនិត “3Cs”	អភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ – ពង្រឹងការគ្រប់គ្រងគុណភាពវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ – ទេសចរណ៍ម្ហូបអាហារ “**បង្កើតភូមិម្ហូបអាហារ នៅតំបន់បុរីវប្បធម៌**” – តម្លៃសំបុត្រអង្គរមាន ៣ប្រភេទ (សម្រាប់ភ្ញៀវពីអាយុ១២ឆ្នាំឡើង) គួរសិក្សាពិនិត្យឡើងវិញលើគោលនយោបាយតម្លៃសំបុត្រអង្គរដំណាក់កាលក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (សំបុត្រ ៣៧ដុល្លារ ឱ្យចូលបានច្រើនថ្ងៃសម្រាប់ឆ្នាំ២០២០) • អភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ទាក់ទាញ និងគុណភាពនៅរាជធានីភ្នំពេញ និងតំបន់ជុំវិញ រួមមាន÷ – បង្កើនការផ្សព្វផ្សាយគោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីៗដែលទើបបង្កើតឡើង (Prince Minor, Grand Waterpark..។ល។) – ជំរុញភ្ជាប់រាជធានីភ្នំពេញទៅតំបន់ជុំវិញ ដូចជារមណីយដ្ឋានឧដុង្គ កោះដាច់ ភូមិចម្លាក់ប្រាក់នៅកំពង់ហ្លួង – ត្រៀមរៀបចំព្រឹត្តិការទេសចរណ៍ផ្សេងៗ ទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិ – ផ្ទាំងទស្សនីយភាពសិល្បៈ វប្បធម៌កម្រិតខ្ពស់ប្រចាំសប្តាហ៍ និងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្សាន្តតាមដងទន្លេ	**សក្តានុពលសំខាន់ៗ (Niche Products)**។ ឧទាហរណ៍ ទេសចរណ៍បែបសុខភាព សុខុមាលភាព សកម្មភាពយ៉ូហ្គា និងសុវត្ថិភាព។ ក្នុងនោះ ទេសចរណ៍បែបសាសនា និងជំនឿ ក៏អាចក្លាយជាផលិតផលមួយដែលអាចផ្តល់បទពិសោធន៍ទេសចរណ៍ផងដែរ។ នេះបើកឱកាសសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជាក្នុងការអភិវឌ្ឍផលិតផលពិសេសបន្ថែមទៀតដែលឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការទាំងនេះដែលកម្ពុជាមានផលិតផលទេសចរណ៍ជាច្រើនរួចស្រាប់ទៅហើយ ដូចជា ស្ប៉ា សកម្មភាពយ៉ូហ្គា ទេសចរណ៍បែបសុខភាព និងព្រឹត្តិការណ៍សាសនា។ ដើម្បីកសាងប្រទេសកម្ពុជាទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយភាពចម្រុះ និងលើកទឹកចិត្តកម្ពុជាឱ្យក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញមួយក្នុងតំបន់ គឺមិនអាចមើលរំលងពីការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅប៉ូលទេសចរណ៍អាទិភាពទាំង ៤ គឺ សៀមរាប និងតំបន់ជុំវិញ ព្រះសីហនុ និងតំបន់ជុំវិញ តំបន់ឦសាន និងតំបន់ជុំវិញ និងភ្នំពេញ និងតំបន់ជុំវិញ។ តំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា: ជាចំណុចដ៏ទាក់ទាញដល់ភ្ញៀវទេសចរកម្រិតខ្ពស់ក្នុងតំបន់ និងទីផ្សារទេសចរណ៍លោកខាងលិច។ ការប្រកាស “**ខេត្តកែបជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ខ្ពស់**” ឬ ការកំណត់ និងជ្រើសរើសទីតាំងទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ឆ្នេរណាមួយ ឬកោះណាមួយ (ឧទាហរណ៍ កោះរ៉ុង) ទៅតាមចំណុចចាប់ផ្តើមអាទិភាព គឺជាការគួរដើម្បីលើកទឹកចិត្តឱ្យមាន	- ក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ - ក្រសួងបរិស្ថាន - រដ្ឋបាលខេត្តសៀមរាប - រដ្ឋបាលរាជធានីភ្នំពេញ - គណៈកម្មការសម្រួលការ-ធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ - គណៈកម្មាធិការជាតិគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍តំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា - អាជ្ញាធរជាតិអប្សរា - គ្រឹះស្ថានអង្គរ

		– រៀបចំឱ្យមានតំបន់ទេសចរណ៍ថ្មីរជើង – ដាក់ចេញទីផ្សារទេសចរណ៍ម៉ាយសម្រាប់ទីផ្សារអន្តរជាតិ • អភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ទាក់ទាញ និងគុណភាពនៅខេត្តព្រះសីហនុ និងតំបន់ជុំវិញ រួមមាន÷ – បង្កើតព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ និងបង្កើនភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍នៅខេត្តព្រះសីហនុ – បង្កើត “**សួនទេសចរណ៍ តេជោ Westerdam**” នៅខេត្តព្រះសីហនុ – ពង្រឹងមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ផ្លូវទឹកក្នុងខេត្តតំបន់ឆ្នេរ – ជំរុញការកសាងកំពង់ផែទេសចរណ៍នៅខេត្តកំពត – ជំរុញកិច្ចសហការទេសចរណ៍ច្រករបៀងខាងត្បូង – ជំរុញរៀបចំផ្សព្វផ្សាយការទាក់ទាញទេស-ចរណ៍នាវា – សិក្សាតម្លៃទិដ្ឋាការជូនភ្ញៀវទេសចរមកតាមនាវា • អភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ទាក់ទាញ និងគុណភាពនៅតំបន់ភូមិភាគឥសាន្ត និងតំបន់ជុំវិញ រួមមាន÷ – បង្កើតកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចតភ្ជាប់កម្ពុជា-ថៃ-	ការបង្កើនភាពទាក់ទាញ និងភាពប្រកួតប្រជែងទេសចរណ៍កម្ពុជាជារួម។ ផលប៉ះពាល់ពីការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ បានបង្ហាញឱ្យឃើញថាសារៈសំខាន់នៃវិស័យទេសចរណ៍សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព និងតម្រូវការទប់ស្កាត់ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាននៃរំហូរភ្ញៀវទេសចរហួសកម្រិត និងផលប៉ះពាល់បរិស្ថានជាដើម។ ដូច្នេះ ក្នុងការស្តារវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាឡើងវិញ កត្តានិរន្តរភាព និងការគិតគូរអំពី**គោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាពសកល (SDGs)** ត្រូវតែជាគោលគំនិតគ្រឹះក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ដើម្បីធានាថាទេសចរណ៍នឹងមានដំណើរការប្រកបដោយនិរន្តរភាពនាពេលអនាគតសម្រាប់យុវជនជំនាន់ក្រោយផងដែរ។	

		ឡាវ (កាត់តាមភូមិភាគឦសាន) – ពង្រឹងការអភិវឌ្ឍអេកូទេសចរណ៍ និងសហគមន៍ទេសចរណ៍ • ជំរុញអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍គាំទ្រក្នុងនោះរួមមាន÷ – រៀបចំអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលកសិ-ទេសចរណ៍ដោយកំណត់ជាខ្សែទស្សនកិច្ច នៅតាមភូមិស្រុកដែលមានសក្តានុពល – ជំរុញអភិវឌ្ឍន៍សហគមន៍ទេសចរណ៍/ អេកូ-ទេសចរណ៍/ ទេសចរណ៍សាសនា និងជំនឿ/ សកម្មភាពយ៉ូហ្គា – ជំរុញអភិវឌ្ឍន៍ និងផ្សព្វផ្សាយពីសក្តានុពលក្រុង Secondary Cities (បាត់ដំបង ក្រចេះ កែប កំពត មណ្ឌលគិរី) – បង្កើនផលិតផល និងព្រឹត្តិការណ៍កីឡា វប្បធម៌នៅតាមបណ្តារាជធានី-ខេត្ត – រៀបចំសម្រាប់ទីផ្សារទេសចរណ៍ថ្មីៗ ជាពិសេសទេសចរណ៍បែបសុខភាព និងសុខុមាលភាព – សិក្សា និងការបង្កើតតំបន់ទេសចរណ៍ពិសេសនៅតាមប៉ូលទេសចរណ៍អាទិភាព • សហការជាមួយក្រុមហ៊ុនជំនាញដើម្បីសិក្សា និងផ្សព្វផ្សាយពីរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍សក្តានុពលបន្ថែម រួមទាំងសហការបង្កើតរមណីយដ្ឋាន		

		ទេសចរណ៍កែច្នៃផងដែរ ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញដល់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិឱ្យស្នាក់នៅកម្ពុជាបានយូរជាងមុន		
២.២.៣-	ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសនៃប្រទេសកម្ពុជា	• បង្កើតភាពជាដៃគូអាជីវកម្មជាមួយក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ដើម្បីស្តារឡើងវិញជើងហោះហើរតាមផ្លូវអាកាស ដែលមានស្រាប់ឱ្យដំណើរការឡើងវិញ និងបង្កើតឱ្យមានផ្លូវអាកាសថ្មីបន្ថែម • បង្កើតកញ្ចប់លើកទឹកចិត្តសម្រាប់តម្លៃចុះចតតាមព្រលានយន្តហោះនៃប្រទេសកម្ពុជា ។ល។ • បន្តពង្រឹងយន្តការសុវត្ថិភាពសុខាភិបាលនៅតាមក្រុមហ៊ុនអាកាសចរ និងនៅតាមព្រលានយន្តហោះ (ភ្នំពេញ សៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ) • ផ្តល់ភាពងាយស្រួល និងឆាប់រហ័សដល់ការមកដល់ភ្ញៀវជាតិ និងអន្តរជាតិ • ធានាលើសុវត្ថិភាពដល់ភ្ញៀវទេសចរដែលនឹងមកដល់កម្ពុជា ជាពិសេសក្នុងពេលវិបត្តិកូវីដ-១៩ • ធានាតម្លាភាពថ្លៃនៃសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនភ្ញៀវដូចជាតាក់ស៊ី ម៉ូតូរ៉ឺម៉កជាដើម តាមរយៈសមាគម • ភាពរួសរាយរាក់ទាក់ ជួយយកអាសារ ដែលជាផ្នែកមួយទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរប្រកបដោយបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អនៅតាមច្រកទ្វារអន្តរជាតិ។	មុនពេលនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងក្រុមហ៊ុនសម្បទានព្រលានយន្តហោះកម្ពុជាបានទាក់ទាញជាបន្តបន្ទាប់ឱ្យមានការតភ្ជាប់ត្រង់មកកាន់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា (ឧទាហរណ៍ ការហោះហើរត្រង់ពីកាតា មកកាន់ខេត្តសៀមរាប)។ ភាពងាយស្រួលក្នុងការធ្វើដំណើរ គឺជាកត្តាសំរេចចិត្តដ៏សំខាន់មួយសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរដែលធ្វើដំណើរចម្ងាយឆ្ងាយ នៅក្រោយការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩។ សូម្បីតែភ្ញៀវទេសចរថ្មីៗ ដែលចាប់ផ្តើមធ្វើដំណើរដំបូង ពួកគេក៏នឹងកាត់បន្ថយហានិភ័យដោយជៀសវាងការធ្វើដំណើរដែលមានការឆ្លងកាត់ច្រើនកន្លែងដើម្បីកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ មានន័យថា ការធ្វើដំណើរឆ្លងកាត់ អាចថយចុះ។ ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរជាច្រើនកំពុងជួបបញ្ហាក្ស័យធនផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុនាពេលបច្ចុប្បន្នហើយពួកគេកំពុងស្វែងរកគំរូអាជីវកម្មរឹងមាំ សម្រាប់ការបើកជើងហោះហើរឡើងវិញ។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងក្រុមហ៊ុនសម្បទានព្រលានយន្តហោះ គួរបង្កើតយុទ្ធសាស្រ្តរួមគ្នា និងភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយក្រុមហ៊ុនអាកាសចរសំខាន់ៗដើម្បីបើកការតភ្ជាប់ហោះហើរត្រង់មកកាន់ព្រះរាជាណាចក្រ	- រដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរស៊ីវិលកម្ពុជា - ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ និងក្រុមហ៊ុនសម្បទានព្រលានយន្តហោះ

			កម្ពុជា ទាំងរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ។ ដូច្នេះ ត្រូវបង្កើតកញ្ចប់លើកទឹកចិត្តដ៏គួរឱ្យទាក់ទាញ (ទាក់ទងនឹងថ្លៃដើមចុះចត)។ ទន្ទឹមនឹងនេះ គួរពង្រឹងសមត្ថភាពក្រុមហ៊ុនអាកាសចរជាតិ ដើម្បីត្រៀមខ្លួនទទួលភ្ញៀវទេសចរឱ្យកាន់ច្រើនក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩។	
២.២.៤-	ការសិក្សាពីនិន្នាការទីផ្សារទេសចរណ៍ថ្មីៗ និងអាកប្បកិរិយាទេសចរណ៍ក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩	• ធ្វើការវិនិយោគទៅលើសកម្មភាពប្រមូលទិន្នន័យ និងប្រព័ន្ធតាមដានទេសចរណ៍ប្រកបដោយភាពឆ្លាតវៃដើម្បីតាមដាននូវអាកប្បកិរិយា និងនិន្នាការដែលអាចវាយតម្លៃ និងព្យាករទេសចរណ៍ ព្រមទាំងអាចកែតម្រូវការរៀបចំផលិតផលទេសចរណ៍ឡើងវិញ និងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារឱ្យបានសមស្រប។ • រៀបចំបញ្ចូលបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗពាក់ព័ន្ធនឹងការប្រមូល និងវិភាគទិន្នន័យទីផ្សារទេសចរណ៍ ដូចជា Big Data, AI, Cloud System ជាដើម។ • សហការជាមួយស្ថាប័នរដ្ឋ និងឯកជន អង្គការជំនាញនានា ដោះដូរចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ដល់មន្ត្រី បុគ្គលិក(រដ្ឋ និងឯកជន) ក្នុងការងារទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍	ផលប៉ះពាល់នៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ លើវិស័យទេសចរណ៍ និងការធ្វើដំណើរពិភពលោក គឺមានទំហំធំបំផុតដែលមិនធ្លាប់មានក្នុងរយៈពេល ៣០ឆ្នាំ ចុងក្រោយ។ ផលប៉ះពាល់នេះបានធ្វើឱ្យការធ្វើដំណើរបញ្ឈប់ស្ទើរតែទាំងស្រុង និងឥទ្ធិពលលើផ្នត់គំនិត និងកត្តាចិត្តសាស្ត្ររបស់ភ្ញៀវទេសចរដែលមិនធ្លាប់មានពីមុនផងដែរ។ នៅពេលវិស័យទេសចរណ៍ និងការធ្វើដំណើរចាប់ផ្តើមស្តារឡើងវិញ និងមានការផ្លាស់ប្តូរនូវអាកប្បកិរិយារបស់ទីផ្សារទេសចរណ៍ និងផ្នត់គំនិតរបស់ភ្ញៀវទេសចរសម្រាប់ពិចារណាក្នុងការធ្វើដំណើរក្នុងទម្លាប់ថ្មី។ ស្ថានការណ៍បានវិវត្តយ៉ាងឆាប់រហ័ស ពិសេសវិស័យទេសចរណ៍ដែលការសិក្សា និងការយល់ដឹងពីទីផ្សារទេសចរណ៍ពីមុនស្ទើរតែលែងប្រើការបាន។ ការសិក្សាយល់ដឹង**អំពី "វិស័យទេសចរណ៍ក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី"** និងសិក្សាអំពីចំណង់ចំណូលចិត្ត ឬអាកប្បកិរិយារបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិក្រោយពេលមានវិបត្តិ គឺមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ការ	- ក្រសួងទេសចរណ៍

			រៀបចំដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ឱ្យចំគោលដៅទីផ្សារអាទិភាពនានា។	
២.២.៥-	បង្កើតភាពទាក់ទាញកម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ម៉ាយ ទេសចរណ៍ម្ហូបអាហារ អេកូទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍ផ្សងព្រេង	• បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ពង្រីងវិស័យទេសចរណ៍ម៉ាយ ទេសចរណ៍ម្ហូបអាហារ អេកូទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍ផ្សងព្រេង នៅកម្ពុជា • រៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយសម្រាប់ទេសចរណ៍ទាំងនេះ ដែលបម្រើឱ្យទាំងទីផ្សារក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ • រៀបចំផែនការលើកទឹកចិត្ត/ឧបត្ថម្ភធនដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញដល់ប្រទេសកម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ម៉ាយ • យុទ្ធនាការ "**ទិញទំនិញ Duty-Free**" នៅកម្ពុជាសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ	គួរតែជំរុញការទទួលការរៀបចំការប្រជុំសន្និសីទ និងការតាំងពិព័រណ៍ / ការប្រជុំជាអន្តរជាតិទាក់ទងនឹងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ដែលមានឥទ្ធិពលសម្រាប់លើកកម្ពស់ព្រះរាជាណាចក្រ។ សកម្មភាពនៃការរៀបចំការប្រជុំ គឺជាធាតុសំខាន់នៅក្នុងកំណើនសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោកនាពេលអនាគត និងជាពិសេសដោយសារតែកិច្ចប្រជុំតែងតែបាននាំមកនូវប្រភេទភ្ញៀវទេសចរធុរកិច្ចជន ដែលតែងតែចំណាយច្រើនជាងភ្ញៀវទេសចរទូទៅ។ រាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្តសៀមរាប មានលទ្ធភាពដ៏ល្អឥតខ្ចោះសម្រាប់ភាពជាម្ចាស់ផ្ទះរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍អន្តរជាតិធំៗ ជាកម្មវិធីដាច់ដោយឡែក ឬកម្មវិធីសហការរួមគ្នា។ គោលដៅទេសចរណ៍ទាំងពីរ គឺមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ បើគិតក្នុងផ្នែកសណ្ឋាគារក្នុងកំលុងខែភ្ញៀវតិច ចាប់ពីខែមេសា ដល់ខែតុលា និងជាកន្លែងដែលសមនឹងតម្រូវការទេសចរណ៍បែបម៉ាយ នេះ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ កម្ពុជាក៏បានត្រៀមរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ធំៗ នៅឆ្នាំ ២០២២ ដូចជា ASEAN Summit ការរៀបចំវេទិកាទេសចរណ៍អាស៊ាន (ATF) ការរៀបចំសន្និបាតក្លិបឆ្នេរសមុទ្រដែលស្អាតជាងគេបំផុតលើសកលលោក និងការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ប្រណាំងកង់តំបន់ឆ្នេរជាដើម។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងការបរទេស និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ - ក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ - រដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ

			ព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ម៉ាយនឹងផ្តល់នូវសក្តានុពលខ្លាំងដែលដល់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចទេសចរណ៍ (មុន និងក្រោយ) ព្រឹត្តិការណ៍។ ប៉ុន្តែប្រភេទទេសចរណ៍ម៉ាយ នេះត្រូវការមានការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់ការទាក់ទាញក្រុមហ៊ុនរៀបចំកិច្ចប្រជុំ/សន្និសីទអន្តរជាតិនានា ដែលមានសក្តា-នុពល តាមរយៈការឧបត្ថម្ភធន ឬកញ្ចប់បញ្ចុះតម្លៃដែលទាក់ទាញនានាសម្រាប់ការរៀបចំកម្មវិធីលៀងសាយភោជន៍ នៅជាប់តំបន់វប្បធម៌បេតិកភណ្ឌជាដើម តាមរយៈការគាំទ្រ និងសម្របសម្រួលពីអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍។ រីឯភ្ញៀវទេសចរដែលមកទស្សនាអាចមានការលើកទឹកចិត្ត (ពិសេសក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នេះគួរមានការរៀបចំជាទិដ្ឋាការពិសេសដែលបានស្នើក្នុងដំណាក់កាលទី១)។	
២.២.៦-	រៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ទៅកាន់ទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗ តាមប្រព័ន្ធឌីជីថល (E-Reputation)	• បង្កើតយុទ្ធនាការទីផ្សារទេសចរណ៍ឌីជីថលប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និងទំនើបសម្រាប់ទីផ្សារគោលដៅបម្រើឱ្យការស្តារឡើងវិញសម្រាប់រយៈពេលមធ្យម និងវែង • ពង្រឹង និងផ្សព្វផ្សាយគេហទំព័រ និងកម្មវិធីទូរសព្ទរបស់ Visit Cambodia ឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរ	ការធ្វើទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍តាមប្រព័ន្ធឌីជីថលដោយប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលដែលអាចតាមដានលើការចុចចូលមើល (Track Clicks) និងឈានទៅដល់ការកក់។ ដើម្បីគាំទ្រនូវកិច្ចការងារនេះ គម្រោងពង្រឹងសមត្ថភាពទេសចរណ៍ (TCBP) របស់ទីភ្នាក់ងារបារាំងសំរាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ (AFD) នឹងជួយរៀបចំបច្ចេកទេសបង្កើតយុទ្ធនាការទេសចរណ៍ឌីជីថលនេះ។ យុទ្ធនាការឌីជីថល ដែលត្រូវបានរចនាយ៉ាងល្អដោយប្រើវេទិកាទំនាក់ទំនងឌីជីថលជាច្រើន គឺ	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ - ក្រសួងព័ត៌មាន - ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

			មានប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់ទាក់ទាញឱ្យមានការចូលរួម។ ទន្ទឹមនឹងនេះ គួរបង្កើតឱ្យមាន "**ឯកអគ្គរដ្ឋទូតទេសចរណ៍**" ជាតិ និងអន្តរជាតិដែលមានសេចក្តីស្រឡាញ់ចំពោះកម្ពុជា និងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា និងលើកទឹកចិត្តពួកគេឱ្យចែករំលែកនូវរឿងរ៉ាវ រូបភាព និងវីដេអូផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធឌីជីថលទាំងអស់នោះ។ ចំណុចសំខាន់ គឺមតិ-យោបល់របស់ភ្ញៀវទេសចរ ដែលផ្តល់សារវិជ្ជមានត្រឡប់មកវិញនឹងក្លាយទៅជា ឧបករណ៍ដែលមានឥទ្ធិពលខ្ពស់ក្នុងការលើកកម្ពស់ភាពជឿទុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់របស់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងការសម្រេចចិត្តមកទស្សនាកម្ពុជា។ ដូច្នេះ គួរក៏សាងនូវកិត្តិនាមអេឡិចត្រូនិក (E-Reputation) សម្រាប់ទេសចរណ៍កម្ពុជាដែលជាអាទិភាពសម្រាប់ក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩។	
២.២.៧-	បន្តសហការជាមួយទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ និងក្នុងបណ្តាប្រទេសអាស៊ាន និងអាស៊ានបូកបី ក្នុងការអនុវត្តយន្តការ "**ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព**" ក្នុងតំបន់ និងការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ដោយខ្លួនឯង	• បន្តសហការជាមួយដៃគូអាស៊ាន និងអាស៊ាន +៣ លើយន្តការគ្រប់គ្រងសុវត្ថិភាព (គម្រោង "**ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព**") • រៀបចំបង្កើតយុទ្ធនាការទីផ្សារគោលដៅទេសចរណ៍សម្រាប់ទីផ្សារអាស៊ាន និងអាស៊ាន +៣ • រៀបចំ និងកែសម្រួលយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការចាប់យកទីផ្សារទេសចរណ៍ចិន • ការជំរុញការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ដោយខ្លួនឯងជាមួយប្រទេសជិតខាង (ថៃ វៀតណាម និងឡាវ)	តំបន់ធ្វើដំណើររួមគ្នាមួយ (Joint Travel Zone) គួរតែត្រូវបានដាក់ឱ្យដំណើរការនៅពេលដែលអាចធានាបាននូវសុវត្ថិភាព និងមានការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ ការដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ និងវិធានផ្សេងទៀតត្រូវបានបង្កើត និងឆ្លើយតបដើម្បីធានាការការពារសុខភាពសាធារណៈ។ ប្រទេសកម្ពុជាគួរតែផ្តោតលើការពង្រឹងជំហររបស់ខ្លួនចំពោះទីផ្សារទេសចរណ៍ជាគោលដៅចម្ងាយខ្លី/មធ្យម រួមមាន ចិន ជប៉ុន កូរ៉េ សិង្ហបុរី និងហុងកុង។ល។ ជាមួយនឹងការផ្តល់ជូនដែលមានលក្ខណៈពិពិធកម្មដោយផ្អែកលើសសរស្តម្ភទាំងបួន និងផ្តោតលើ	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងការបរទេស និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ - ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

			ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការតភ្ជាប់ផ្លូវអាកាសជាមួយគោលដៅទាំងនោះ។ ប្រទេសកម្ពុជាអាចក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍សម្រាករយៈពេលខ្លីសម្រាប់ទេសចរទាំងនោះ។ បច្ចុប្បន្ន ក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូនបាននឹងកំពុងរៀបចំសំណើគម្រោង "ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវច្រកទ្វារព្រំដែនអន្តរជាតិ បាវិត-ម៉ុកបៃ ប៉ោយប៉ែត-អារញ្ញប្រាថេត ស្ទឹងបត់-បាណងអៀន និងព្រៃវល្លិ៍-ប៊ិញហៀប" ដើម្បីសម្រួលបញ្ហាកកស្ទះចរាចរណ៍នៅច្រកព្រំដែនកម្ពុជា-វៀតណាម និងកម្ពុជា-ថៃ ទាំងផ្នែករឹង និងផ្នែកទន់។ គម្រោងនេះ នឹងជួយជំរុញចលនានៃការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ដោយខ្លួនឯង ជាមួយប្រទេសជិតខាង។	
២.២.៨-	បន្តជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក	• ចលនាឱ្យមានការរៀបចំប្រជុំ និងសន្និសីទនានារបស់ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ នៅតាមរាជធានី-ខេត្ត។ • រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍សំខាន់ៗឱ្យកាន់តែមានភាពទាក់ទាញ ដូចជាព្រឹត្តិការណ៍អង្គរសង្ក្រាន្ត ពិធីបុណ្យសមុទ្រ,បុណ្យទន្លេ។ល។	ពិនិត្យលទ្ធភាពក្នុងការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍នានា ដែលបានគ្រោងទុកក្នុងផែនការកាលពីដើមឆ្នាំ ២០២០ ជាអាទិ៍ព្រឹត្តិការណ៍កីឡាម៉ារ៉ាតុង អង្គរសង្ក្រាន្ត ព្រឹត្តិការណ៍ Mozart....... ។	- ក្រសួងទេសចរណ៍
២.២.៩-	បង្កើនភាពទាក់ទាញ និងផ្សព្វផ្សាយ "**កម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍កីឡា**" តាមរយៈព្រឹត្តិការណ៍ SEA Game 2023	• លើកកម្ពស់ការផ្សព្វផ្សាយព្រឹត្តិការណ៍ស៊ីហ្គេម (SEA Game 2023) • លើកកម្ពស់ការផ្សព្វផ្សាយកីឡាផ្សេងៗទៀត	នៅឆ្នាំ២០២៣ ក៏នឹងមាននូវការត្រៀមរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ដ៏សំខាន់បំផុតមួយសម្រាប់កម្ពុជា គឺការទទួលជាម្ចាស់ផ្ទះរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ស៊ីហ្គេមលើកទី៣២ ដែលនឹងអាចទាក់ទាញអ្នកទស្សនាបានជាច្រើនផងដែរ។ ដូច្នេះគួរមានការផ្សព្វ ផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាគ្រប់មធ្យោបាយ និងគ្រប់រូបភាព ពិសេសការផ្សព្វផ្សាយ	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងការបរទេស និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ - ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ - គណៈកម្មាធិការជាតិអូឡាំពិកកម្ពុជា

			តាមបែបទំនើប ដូចជាការរៀបចំវីឌីអូផ្សព្វផ្សាយ និងឯកសារផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា និងសហការជាមួយក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិដែលធ្វើដំណើរមកកម្ពុជា ដើម្បីដាក់បញ្ចូលវីឌីអូផ្សព្វផ្សាយអំពីគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗនៅកម្ពុជា ដោយផ្សារភ្ជាប់ជាមួយព្រឹត្តិការណ៍ស៊ីហ្គេម។	
២.៣- ដាក់ឱ្យអនុវត្តយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ថ្មី				
២.៣.១-	ពង្រឹងយន្តការដៃគូរវាងរដ្ឋ-វិស័យឯកជន (PPP) ក្នុងការសិក្សាទីផ្សារ និង ផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា	• ពង្រឹងសមត្ថភាពផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារកម្ពុជា	ក្នុងបរិបទក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ វិស័យទេសចរណ៍ត្រូវការយន្តការសម្រាប់ការសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយដែលមានទម្រង់ខ្លីជាងមុនក្រោមទម្រង់ជាអង្គភាពគ្រប់គ្រង និងផ្សព្វផ្សាយគោលដៅទេសចរណ៍ក្រោមកិច្ចសហការភាពជាដៃគូ ដែលមានតួនាទី និងភារៈកិច្ចជាចម្បងសម្រាប់ការធ្វើទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍។ ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងវិបត្តិ និងដើម្បីគិតគូរសម្រាប់រយៈពេលវែង ត្រូវបន្តពង្រឹងក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា អមជាមួយការបង្កើតឱ្យមានយន្តការក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា សាលារាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ ដែលទាមទារឱ្យមានការចូលរួមទាំងផ្នែកបច្ចេកទេស និងហិរញ្ញវត្ថុ ពីផ្នែកឯកជនសំខាន់ៗឱ្យបានខ្លាំងជាងមុន។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា
២.៣.២-	ពង្រឹងសមត្ថភាពសម្រាប់រដ្ឋបាលទំនើបក្នុងការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍	• សហការជាមួយក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីផ្លាស់ប្តូរទិន្នន័យសម្រួលដល់ការវិនិយោគ និងអភិវឌ្ឍន៍ • ពង្រឹងការផ្តល់សេវាសាធារណៈតាមអនឡាញ	បច្ចុប្បន្ន ការផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាទាក់ទងនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ គឺត្រូវបានធ្វើឡើងជាលក្ខណៈផ្ទៃក្នុង (ភាគច្រើនមានតែជា	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍

		• រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងរដ្ឋបាលតាមបែបឌីជីថលសម្រាប់គ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ • បណ្តុះបណ្តាលមន្ត្រី ស្តីពី រដ្ឋបាលឌីជីថល	ភាសាខ្មែរប៉ុណ្ណោះ) ដែលនេះគឺជាភាពទន់ខ្សោយមួយក្នុងការផ្សព្វផ្សាយទៅកាន់អន្តរជាតិ។ ដូច្នេះជាការឆ្លើយតបទៅនឹងវិបត្តិនេះ ត្រូវគិតគូរបង្កើតយន្តការ (Proactive) សម្រាប់ការចែករំលែករឿងរ៉ាវវិជ្ជមានជាច្រើននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា រឿងរ៉ាវដែលអាចឆ្លុះបញ្ចាំងពីភាពខ្លាំងនៃព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ និងបង្កើនភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ក្នុងន័យនេះ កម្ពុជា ទទួលបានលទ្ធផលល្អប្រសើរដោយមានចំនួនអ្នកឆ្លងកូវីដ-១៩ ទាប ហើយមកដល់ពេលនេះ ប្រទេសកម្ពុជានៅមិនទាន់មានអ្នកស្លាប់ដោយសារជំងឺនេះ គឺជារឿងវិជ្ជមាន។ កត្តាវិជ្ជមានទាំងនេះត្រូវតែបង្កើនការផ្សព្វផ្សាយទៅកាន់អន្តរជាតិ ដើម្បីប្រក្លាយរូបភាព “កម្ពុជាគឺជាគោលដៅទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព”។ ពិតប្រាកដណាស់ ពិភពលោកកំពុងរស់នៅជាមួយនឹងការគំរាមកំហែងនៃជំងឺកូវីដ-១៩ និងហានិភ័យនៃការឆ្លងមេរោគដែលអាចកើតមានគ្រប់ពេលនោះគោលដៅទេសចរណ៍ដែលមានហានិភ័យទាប និងងក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍កាន់តែទាក់ទាញ។ ដូច្នេះការផ្តល់ “ព័ត៌មានពិត និងជាក់ស្តែង” ពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដល់ភ្ញៀវទេសចរ ស្របតាមទស្សនៈ “កសាងការទុកចិត្តងាយនឹងបាត់បង់ - ប៉ុន្តែពិបាកក្នុងការកសាងជំនឿទុកចិត្តឡើងវិញ”។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ត្រូវបង្កើតក្រុមទំនាក់ទំនងសាធារណៈ ដែលមានជំនាញច្បាស់លាស់ ក្នុងការ	- ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍

			គ្រប់គ្រង និងផ្សព្វផ្សាយសារតាមបណ្ដាញសារព័ត៌មានទាំងថ្នាក់ជាតិ និងអន្តរជាតិ។	
២.៣.៣-	អនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២១-២០៣៥) និងផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប មណ្ឌលគិរី និងកែប	• បង្កើនកិច្ចសហការជាមួយក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធទាំងអស់: រដ្ឋ វិស័យឯកជន អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ និងដៃគូអភិវឌ្ឍដើម្បីជំរុញការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ជាតិ (២០២១-២០៣៥) • បង្កើនការសហការជាមួយមូលដ្ឋានអាជីវកម្មឯកជន និងអនុវត្តផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប មណ្ឌលគិរី និងកែប។ • បង្កើតសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅភ្នំពេញ ខេត្តព្រះសីហនុ និងខេត្តសៀមរាប ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២១-២០៣៥) និងផែនការ-មេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប។	ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ជាតិ (២០២១-២០៣៥) និងផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្ត គឺជាឯកសារក្របខ័ណ្ឌផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររួម ដែលកំណត់អំពីចក្ខុវិស័យ គោលការណ៍ គោលដៅជាយុទ្ធសាស្ត្រ វិធានការ និងផែនការសំខាន់ៗសម្រាប់គ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ កិច្ចការដ៏សំខាន់ផងដែរនោះ គឺការបង្កើតសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅតាមខេត្តសៀមរាប រាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្តព្រះសីហនុ។	- ក្រសួងទេសចរណ៍
២.៣.៤-	ពង្រឹងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិទេសចរណ៍	• ពង្រឹងកិច្ចសហការទេសចរណ៍ទ្វេភាគី និងពហុភាគី • ពង្រឹងកិច្ចសហការជាមួយអន្តរជាតិ • ពង្រឹងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍ជាមួយដៃគូអភិវឌ្ឍនានា។	ដើម្បីឆ្លើយតបនិងដោះស្រាយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ចាំបាច់ត្រូវពង្រឹង និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃកិច្ចសហប្រតិបត្តិការកម្រិតទ្វេភាគី ពហុភាគី កម្រិតតំបន់អាស៊ាន, អាស៊ាន+៣ អង្គការអន្តរជាតិ និងដៃគូអភិវឌ្ឍនានា។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងការបរទេស និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ

ដំណាក់កាលទី៣: ការរៀបចំឆ្ពោះទៅកាន់អនាគតថ្មីនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២៤-២០២៥)

- យុទ្ធសាស្ត្រទី១: ជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងការងារសមរម្យក្នុងវិស័យទេសចរណ៍
- យុទ្ធសាស្ត្រទី២: ភាពរឹងមាំនៃទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងពង្រីកទេសចរណ៍កម្ពុជាទៅកាន់ទីផ្សារអន្តរជាតិ
- យុទ្ធសាស្ត្រទី៣: អភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍នៅពេលអនាគត
- ផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ដំណាក់កាលទី៣: ការរៀបចំឆ្ពោះទៅអនាគតថ្មីនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២៤-២០២៥)

៣- ដំណាក់កាលទី៣ : ការរៀបចំឆ្ពោះទៅកាន់អនាគតថ្មីនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២៤-២០២៥)

(៦៨). ស្ថានភាពវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាអាចនឹងត្រឡប់មកភាពដើមវិញនៅក្រោយឆ្នាំ២០២៣ ដែលជាដំណាក់កាលវិស័យទេសចរណ៍គួរចាប់ផ្តើមកសាងនៅអនាគតថ្មីដែលបានដាក់ក្នុងចក្ខុវិស័យ **"ប្រែក្លាយបញ្ហាប្រឈមទៅជាឱកាស"** ឱ្យកាន់តែមានគុណភាព និងនិរន្តរភាពជាងមុន និងឱ្យកាន់តែមានសុវត្ថិភាពខ្ពស់ជាងមុន ដោយត្រូវពង្រឹងសមត្ថភាព គុណភាព និងបង្កើនផលិតភាពក្នុងស្រុកតាមរយៈការជំរុញការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញថ្មីៗ និងការចាប់យកបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល។ល។

(៦៩). ទេសចរណ៍កម្ពុជានឹងត្រូវរៀបចំខ្លួនបើកទ្វារទទួលភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិពិសេសគឺការប្រែក្លាយគោលដៅទេសចរណ៍កម្ពុជាជា**គោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាព**។

ក្នុងន័យនេះ ផែនទីចង្អុលផ្លូវបានស្នើឱ្យដាក់ចេញនូវ**យុទ្ធសាស្ត្រ** ចំនួន **០៣ចំណុច** រួមមាន÷

ក. យុទ្ធសាស្ត្រទី១: ជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងការងារសមរម្យក្នុងវិស័យទេសចរណ៍÷

(៧០). ក្នុង**យុទ្ធសាស្ត្រទី១ នេះ សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន០៣** ត្រូវបានលើកឡើង រួមមាន÷

១- ជំរុញ និងលើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ឆ្លាតវៃ ឆ្លើយតបនឹងបរិបទបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤ ខណៈដែលការស្ទង់មតិមួយនាពេលថ្មីៗនេះ បានបង្ហាញថា÷ ***"៩៤% យល់ស្របពីម្ចាស់អាជីវកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍, ៩១% បុគ្គលិកឯកជន និង ៩៧% បុគ្គលិករដ្ឋ យល់ស្របចំពោះ ទស្សនៈវិស័យរបស់អនាគតបច្ចេកវិទ្យានៅកម្ពុជា ជាពិសេសនៅពេលដែលវិបត្តិនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ផុតរលត់ទៅបច្ចេកវិទ្យានឹងមានភាពរីកចម្រើន និងតម្រូវការកាន់តែខ្លាំងថែមមួយកម្រិតទៀត"***[12] ។

២- ការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ និងគុណភាព

៣- ការអនុវត្តបន្តនូវការបណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យស្របតាមទិសដៅផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។

ខ. យុទ្ធសាស្ត្រទី២: ភាពរឹងមាំនៃទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងពង្រីកទេសចរណ៍កម្ពុជាទៅកាន់ទីផ្សារអន្តរជាតិ÷

(៧១). ក្នុង**យុទ្ធសាស្ត្រទី២ នេះ សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន០៤** ត្រូវបានលើកឡើង រួមមាន÷

១- ការវិនិយោគបន្តលើយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍នានា

២- ជំរុញទីផ្សារទេសចរណ៍ផ្លូវឆ្ងាយ (Long-haul) មកកាន់កម្ពុជា

៣- ការរៀបចំ និងលើកកម្ពស់ការផ្សព្វផ្សាយព្រឹត្តិការណ៍អន្តរជាតិធំៗ (ព្រឹត្តិការណ៍កីឡាទេសចរណ៍បៃតងព្រមទាំងព្រឹត្តិការណ៍វប្បធម៌)

---

[12] យោងលទ្ធផលនៃការវិភាគលើការស្ទង់មតិ ស្តីពី **"ផលប៉ះពាល់នៃការរីករាលដាលសកលជំងឺកូវីដ-១៩ លើទិដ្ឋភាពបច្ចេកវិទ្យា និងវិស័យសេដ្ឋកិច្ចសង្គម"** របស់មជ្ឈមណ្ឌលកម្ពុជា ៤.០។

៤- ការពង្រឹងចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ឱ្យមាននិរន្តរភាព។

គ. យុទ្ធសាស្ត្រទី៣: អភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍នៅពេលអនាគត÷

(**៧២**). ក្នុង**យុទ្ធសាស្ត្រទី៣ នេះ សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន០២** ត្រូវបានលើកឡើង រួមមាន÷

១- ការពង្រឹងអភិបាលកិច្ចសម្រាប់ទ្រទ្រង់វិស័យទេសចរណ៍គ្រប់កម្រិត ដោយបន្តនូវយន្តការអភិបាលកិច្ចថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់ក្រោមជាតិ (ឆ្ពោះទៅរដ្ឋាភិបាលឌីជីថល) អមជាមួយពង្រឹងយន្តការអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាពឱ្យមាននិរន្តរភាព

២- ការរៀបចំយន្តការកសាងភាពធន់ និងឆ្លើយតបបន្ទាន់ទៅនឹងវិបត្តិផ្សេងៗក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដោយរៀបចំត្រួតពិនិត្យវាយតម្លៃឡើងវិញនៃដំណើរការអនុវត្តនានាក្នុងការឆ្លើយតបទៅនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ និងបង្កើតឱ្យមានផែនការសម្រាប់ការឆ្លើយតប (Crisis Management) ឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើងនៅពេលជួបប្រទះនឹងវិបត្តិទៅថ្ងៃអនាគត។

ផែនការសកម្មភាពអនុវត្តសង្ខេបនៃដំណាក់កាលទី៣ (Relaunch): ការរៀបចំឆ្ពោះទៅអនាគតថ្មី (២០២៤-២០២៥)

យុទ្ធសាស្ត្រ	៣.១- ជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងការងារសមរម្យក្នុងវិស័យទេសចរណ៍	៣.២- ភាពរឹងមាំនៃទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងពង្រីកទេសចរណ៍កម្ពុជាទៅកាន់ទីផ្សារអន្តរជាតិ (Beyond 2023)	៣.៣- អភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍នៅពេលអនាគត
ដំណាក់កាលទី៣ (Relaunch) (ឆ្នាំ២០២៤ - ឆ្នាំ២០២៥)	៣.១.១- ជំរុញ និងលើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ឆ្លាតវៃ ឆ្លើយតបនឹងបរិបទបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤	៣.២.១- ការវិនិយោគបន្តលើយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍នានា	៣.៣.១- ការពង្រឹងអភិបាលកិច្ចសម្រាប់ទ្រទ្រង់វិស័យទេសចរណ៍គ្រប់កម្រិត ដោយបន្តនូវយន្តការអភិបាលកិច្ចថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់ក្រោមជាតិ (ឆ្ពោះទៅរដ្ឋាភិបាលឌីជីថល) អមជាមួយពង្រឹងយន្តការអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាពឱ្យមាននិរន្តរភាព
	៣.១.២- ការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ និងគុណភាព	៣.២.២- ជំរុញទីផ្សារទេសចរណ៍ផ្លូវឆ្ងាយ (Long-haul) មកកាន់កម្ពុជា	៣.៣.២- ការរៀបចំយន្តការកសាងភាពធន់ និងឆ្លើយតបបន្ទាន់ទៅនឹងវិបត្តិផ្សេងៗក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដោយរៀបចំត្រួតពិនិត្យវាយតម្លៃឡើងវិញនៃដំណើរការអនុវត្តនានាក្នុងការឆ្លើយតបទៅនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ និងបង្កើតឱ្យមានផែនការសម្រាប់ការឆ្លើយតប (Crisis Management) ឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើងនៅពេលជួបប្រទះនឹងវិបត្តិទៅថ្ងៃអនាគត
	៣.១.៣- ការអនុវត្តបន្តនូវការបណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យស្របតាមទិសដៅផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍	៣.២.៣- ការរៀបចំ និងលើកកម្ពស់ការផ្សព្វផ្សាយព្រឹត្តិការណ៍អន្តរជាតិធំៗ (ព្រឹត្តិការណ៍កីឡាទេសចរណ៍បៃតង ព្រមទាំងព្រឹត្តិការណ៍វប្បធម៌)	
		៣.២.៤- ការពង្រឹងចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ឱ្យមាននិរន្តរភាព	

ផែនការសកម្មភាពអនុវត្តលម្អិតនៃដំណាក់កាលទី៣: ការរៀបចំឆ្ពោះទៅអនាគតថ្មីនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២៤-២០២៥)

ផែនការសកម្មភាពស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩				
ល.រ.	**សកម្មភាពយុទ្ធសាស្រ្ត**	**សកម្មភាពយុទ្ធសាស្រ្តលម្អិត**	**ទម្ហីករណ៍**	**អង្គភាពទទួលខុសត្រូវ**
ដំណាក់កាលទី៣ : ការរៀបចំឆ្ពោះទៅកាន់អនាគតថ្មីនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២៤ - ២០២៥)				
៣.១- ជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងការងារសមរម្យក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា				
៣.១.១-	ជំរុញ និងលើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ឆ្លាតវៃ ឆ្លើយតបនឹងបរិបទបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤	• ធ្វើទំនើបកម្មវិធីសាស្រ្តក្នុងការចងក្រងប្រមូលទិន្នន័យដើម្បីឱ្យការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ផ្សារភ្ជាប់នឹងគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយនិរន្តភាព • រៀបចំគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ (ជាអាទិ៍ តំបន់អង្គរ តំបន់ភ្នំពេញ តំបន់ក្រុងព្រះសីហនុជាគោលដៅទេសចរណ៍ឆ្លាតវៃ • ជំរុញការធ្វើឌីជីថលរូបនីយកម្ម សម្រាប់សហគ្រាសទេសចរណ៍	ការធ្វើសមាហរណកម្មនៃបច្ចេកវិទ្យាទំនើបមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការគាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅក្នុងគំរូថ្មី។ ការប្រើប្រាស់ទស្សនទាន “**ទេសចរណ៍ ៤.០**” នឹងផ្តល់ឱ្យនូវដំណោះស្រាយជាច្រើនគាំទ្រដល់ការអនុវត្តនូវវិធានការស្តារវិស័យទេសចរណ៍ឡើងវិញ។ ទេសចរណ៍ ៤.០ នឹងផ្តល់នូវដំណោះស្រាយបច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីប្រែក្លាយឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ឱ្យមានការច្នៃប្រឌិតជាងមុន បង្កើនបទពិសោធន៍ល្អៗតាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា។ ពាក្យថាទេសចរណ៍ ៤.០ មានប្រភពចេញពីយុគសម័យទំនើបកម្មនៅក្នុងបរិបទឧស្សាហកម្ម ៤.០ និងមានគោលបំណងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវតម្លៃបន្ថែមដល់វិស័យទេសចរណ៍តាមរយៈការច្នៃប្រឌិត ចំណេះ-ដឹង បច្ចេកវិទ្យា និងការបង្កើតថ្មី។ វិធីសាស្រ្តនេះអាចជះឥទ្ធិពលលើគ្រប់វិស័យ។ ចំណេះដឹង ការរំពឹងទុក និងបទពិសោធន៍ល្អៗអាចផ្តល់ឱ្យរបស់ភ្ញៀវទេសចរតាមរយៈការបកស្រាយពន្យល់ដោយប្រើប្រាស់បច្ចេក-	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ - ក្រសួងឧស្សាហកម្មវិទ្យាសាស្រ្ត បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ - មជ្ឈមណ្ឌលកម្ពុជា ៤.០

			វិទ្យា។ ដូច្នេះបច្ចេកវិទ្យាអាចបង្កើននូវសេវាកម្មទេសចរណ៍ថ្មី និងផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីដែលអាចបង្កើនការពេញចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរ។	
៣.១.២-	ការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ និងគុណភាព	• ពង្រឹង និងពង្រីកផលិតផលទេសចរណ៍ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់តាមតម្រូវការទីផ្សារសមស្រប តាមរយៈការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ • អភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍តាមតំបន់អាទិភាពនីមួយៗ ដោយកំណត់ប្រភេទសក្តានុពលផលិតផលទេសចរណ៍ និងតាមច្រករបៀងទេសចរណ៍ប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ • បង្កើតឱ្យមានតំបន់ទេសចរណ៍ពិសេសនៅប៉ូលទេសចរណ៍អាទិភាព • រៀបចំអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលកសិទេសចរណ៍ ដោយកំណត់ជាខ្សែដំណើរទស្សនកិច្ច នៅតាមភូមិស្រុកដែលមានសក្តានុពល • ជំរុញអភិវឌ្ឍន៍សហគមន៍ទេសចរណ៍ / អេកូទេសចរណ៍ • បន្តជំរុញអភិវឌ្ឍន៍ និងផ្សព្វផ្សាយពីសក្តានុពលក្រុង Secondary Cities បន្ថែម (ស្ទឹងត្រែង និងរតនៈគិរី) • បង្កើនផលិតផល និងព្រឹត្តិការណ៍កីឡា វប្បធម៌ នៅតាមបណ្តារាជធានី-ខេត្ត	ការបង្កើតផលិតផលថ្មីៗ គឺជាកត្តាចាំបាច់ដើម្បីផ្តល់ជម្រើសសម្រាប់ការទស្សនារបស់ភ្ញៀវទេសចរឱ្យបានច្រើន និងក៏ដូចជាចូលរួមដល់ការពន្យារពេលស្នាក់នៅ ការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរឱ្យបានច្រើនចូលរួមជំរុញកំណើនការងារ និងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា។	- ក្រសួងទេសចរណ៍
៣.១.៣-	ការអនុវត្តបន្តនូវការបណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យស្របតាមទិសដៅ	• ដាក់ឱ្យដំណើរការសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈនៅប៉ូលទេសចរណ៍អាទិភាព • សហការជាមួយសាកលវិទ្យាល័យ សាលាវិជ្ជាជីវៈ	ក្រសួងទេសចរណ៍បានរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្រ្តអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ (២០១៧-២០២៥) ដើម្បីជាផែនទីតម្រង់ទិសក្នុងការ	- ក្រសួងទេសចរណ៍

	ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍	ទេសចរណ៍ មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាល និងវិស័យឯកជនបន្តពង្រឹងការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈតាមគ្រប់រូបភាព • ពង្រឹងការប្រើប្រាស់មូលនិធិបណ្តុះបណ្តាល សម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍។	អភិវឌ្ឍ ជំនាញ និងមូលធនមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដោយបានកំណត់ចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់ ព្រមទាំងដាក់ចេញទិសដៅ និងសកម្មភាពជាយុទ្ធសាស្ត្រ សំដៅចូលរួមបង្កើតការងារយូរអង្វែងដល់យុវជនបញ្ចប់ការសិក្សា ផ្តល់ការអភិវឌ្ឍជំនាញបន្ថែមដល់អ្នកកំពុងបម្រើការងារ បង្កើនកាលានុវត្តភាពការងារក្នុង និងក្រៅប្រទេសឱ្យស្របតាមកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍អាស៊ាន (ASEAN MRA)។	
៣.២- ភាពរឹងមាំនៃទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងពង្រីកទេសចរណ៍កម្ពុជាទៅកាន់ទីផ្សារអន្តរជាតិ				
៣.២.១-	បន្តវិនិយោគលើយុទ្ធនាការនានាផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍	• ក្រសួងទេសចរណ៍ / ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ត្រូវបន្តធ្វើការវិនិយោគទៅក្នុងយុទ្ធនាការសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍។ • ចូលរួមពិពណ៌ទេសចរណ៍អន្តរជាតិរបស់ទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗដើម្បីធ្វើការសហការដោយផ្ទាល់ជាមួយក្រុមហ៊ុនធ្វើដំណើរអន្តរជាតិធំៗ • រៀបចំសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយ Roadshows សម្រាប់ទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗ	នៅពេលដែលមានការបើកដំណើរការនូវច្រកអន្តរជាតិឡើងវិញ ការសិក្សា និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ដើរតួនាទីសំខាន់ក្នុងការបង្កើនភាពប្រកួតប្រជែងវិស័យទេសចរណ៍។ ដូច្នេះត្រូវពង្រឹងតួនាទីនៃក្រុមប្រឹក្សាភិបាល សិក្សា និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ និងស្ថានតំណាងទេសចរណ៍នៅក្រៅប្រទេសឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។ រីឯការចូលរួមផ្សព្វផ្សាយនៅពិព័រណ៍នៅពិព័រណ៍ធំៗជាអាទិ៍ (ITB, WTM,.......) គួរតែត្រូវបានគេយកចិត្តទុកដាក់ និងបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រថ្មី បង្កើតនូវរូបភាពថ្មីដែលល្អ និងទាក់ទាញជាងមុន។ យុទ្ធសាស្ត្រថ្មីនេះគួរផ្តោតសំខាន់លើវប្បធម៌ សកម្មភាពនានាទាក់ទងនឹងម្ហូបអាហារ តន្ត្រី និងប្រពៃណីជាដើម។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រសួងការបរទេស និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ
៣.២.២-	ជំរុញទីផ្សារទេសចរណ៍ផ្លូវឆ្ងាយ (Long-haul) មកកាន់កម្ពុជា	• ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការមកដល់តាមផ្លូវអាកាសនៃប្រទេសកម្ពុជា÷ - បង្កើនលទ្ធភាពនៃក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ជាតិ	ភាពងាយស្រួលក្នុងការធ្វើដំណើរ គឺជាការសំរេចចិត្តដ៏សំខាន់មួយសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរដែលធ្វើដំណើររយៈចម្ងាយឆ្ងាយ។ ក្រោយជំងឺកូវីដ-១៩	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍

		ក្នុងការតភ្ជាប់ការហោះហើរទៅកាន់ទីផ្សារគោលដៅមួយចំនួន - ពង្រឹងលទ្ធភាពនៃការហោះហើរអាកាសចរក្នុងស្រុក ការហោះក្នុងស្រុក និងភ្ជាប់ទៅទីផ្សារក្នុងតំបន់ - ពង្រឹង និងពង្រីកការហោះហើរត្រង់ទៅកាន់ទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗ នៅក្នុងតំបន់ និងផ្តល់លទ្ធភាពក្នុងការបើកជើងហោះហើរជាមួយក្រុមហ៊ុនអាកាសចរ តភ្ជាប់តំបន់សៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ។	(ក្រោយឆ្នាំ២០២៣) ត្រូវបង្កើនភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍មកពីផ្លូវឆ្ងាយ (បន្ថែមពីលើភាពទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរតំបន់អាស៊ាន និងអាស៊ានបូកបី)។	
៣.២.៣-	ការរៀបចំ និងលើកកម្ពស់ការផ្សព្វផ្សាយព្រឹត្តិការណ៍អន្តរជាតិធំៗ (ព្រឹត្តិការណ៍កីឡាទេសចរណ៍បៃតង ព្រមទាំងព្រឹត្តិការណ៍វប្បធម៌)	• បង្កើតព្រឹត្តិការណ៍កីឡាទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍វប្បធម៌ • ផ្សព្វផ្សាយព្រឹត្តិការណ៍ និងធ្វើទីផ្សារឱ្យកាន់តែទូលំ-ទូលាយដល់ទីផ្សារអន្តរជាតិ • ផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញដល់ប្រទេសកម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍សម្រាប់ព្រឹត្តិការណ៍ម៉ាយ	ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ប្រទេសកម្ពុជាបាននិងកំពុងបង្កើនសមត្ថភាព និងកំណត់ត្រារបស់ខ្លួនក្នុងការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍អន្តរជាតិ និងព្រឹត្តិការណ៍វប្បធម៌សំខាន់ៗ ដូចជាព្រឹត្តិការណ៍រត់ម៉ារ៉ាតុងអង្គរ ព្រឹត្តិការណ៍ប្រណាំងកង់ ព្រឹត្តិការណ៍ Ultra-trails និងការប្រគំតន្ត្រីនានា។ ដោយសារវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩បានផ្ទុះឡើង ការធ្វើទីផ្សារ និងការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍នានាត្រូវបានផ្អាក ការផ្សព្វផ្សាយទៅកាន់ប្រទេសជិតខាង និងមិនត្រូវបានពង្រីកទៅជាការ-ផ្សព្វផ្សាយជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ។ ការផ្តោតសំខាន់ទៅលើព្រឹត្តិការណ៍នាពេលអនាគតគួរតែមាននិរន្តរភាព - ប្រទេសកម្ពុជាមានសក្តានុពលដែលមិនគួរឱ្យជឿសម្រាប់ការប្រារព្ធព្រឹត្តិការណ៍កីឡាបែបអេកូ និងសកម្មភាពវប្បធម៌នានានៅក្នុងប្រទេស។	- ក្រសួងការបរទេស និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ - គណៈកម្មាធិការជាតិអូឡាំ-ពិក - វិស័យឯកជន

			ទោះបីជាមានការរឹតត្បិតនូវការធ្វើដំណើរតាមផ្លូវអាកាសពីបណ្ដាភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ ដោយសារបញ្ហាវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ប៉ុន្តែការចូលរួមពីបណ្ដាភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិកាន់តែច្រើននឹងនាំមកនូវឱកាសដល់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអន្តរជាតិដើម្បីផ្សព្វផ្សាយ និងលើកកម្ពស់រូបភាពវិជ្ជមានរបស់ប្រទេសកម្ពុជាបានកាន់តែប្រសើរ។	
៣.២.៤-	ការពង្រឹងចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ឱ្យមាននិរន្តរភាព	• បន្តជំរុញការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង • រៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចក្នុងស្រុក មានការរៀបចំទុកជាមុន និងមានតម្លៃសមរម្យ • បណ្ដាធ្វើដំណើរកម្សាន្តក្នុងស្រុក • លើកកម្ពស់ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងកម្រិតខ្ពស់	វិស័យទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងរំពឹងថានឹងចូលរួមបង្កើតចំណូលចាក់បញ្ចូលក្នុងសេដ្ឋកិច្ចជាតិ តាមរយៈភ្ញៀវទេសចរជាតិមកកម្សាន្តតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍ជនបទ ដែលមិនទាន់អភិវឌ្ឍន៍គ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ឬមិនទាន់បានផ្សព្វផ្សាយទូលំទូលាយ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកបានជួយលើកកម្ពស់ការអប់រំដល់សាធារណៈជនឱ្យមានមនសិការស្រឡាញ់ជាតិ ស្របតាមទស្សនទាន **“ស្រឡាញ់ជាតិ ត្រូវស្គាល់ទឹកដី”**។ ចលនាទេសចរក្នុងស្រុកក៏អាចបណ្ដុះ និងបង្កើនសាមគ្គីភាព និងការចេះយកធុរៈគ្នាទៅវិញទៅមក ស្របតាមទស្សនទាននៃចលនាសាមគ្គីសង្គម។ វិស័យទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ពិតជាមានសក្ដានុពលខ្លាំងក្នុងការជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត
៣.៣- អភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍នៅពេលអនាគត				
៣.៣.១-	ការពង្រឹងអភិបាលកិច្ចសម្រាប់ទ្រទ្រង់វិស័យទេសចរណ៍គ្រប់កម្រិត ដោយបន្តនូវយន្តការអភិបាលកិច្ចថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់ក្រោមជាតិ (ឆ្ពោះទៅ	• បន្តពង្រឹងយន្តការអភិបាលកិច្ចថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់ក្រោមជាតិ (ឆ្ពោះទៅរដ្ឋាភិបាលឌីជីថល) • ពង្រឹងយន្តការអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍	យន្តការអភិបាលកិច្ចគឺជាទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រដ៏សំខាន់សម្រាប់ធានានិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍។ កម្ពុជាមានយន្តការទេសចរណ៍ជាច្រើននៅថ្នាក់ជាតិ	- ក្រសួងទេសចរណ៍

	រដ្ឋាភិបាលឌីជីថល) អមជាមួយពង្រឹងយន្តការអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាពឱ្យមាននិរន្តរភាព	នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាពឱ្យមាននិរន្តរភាព • ពង្រីកសមត្ថភាពសហគមន៍ក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព • ពង្រឹងភាពជាដៃគូ (រដ្ឋ-ឯកជន) ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា	ថ្នាក់តំបន់ និងរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ ប៉ុន្តែរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិមិនទាន់មានសកម្មភាពខ្លាំងក្លានៅឡើយ។ ទំនាក់ទំនងរវាងថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់ក្រោមជាតិ ពិសេសជាមួយផ្នែកឯកជន និងសមាគមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ទៅលើសកម្មភាពមួយចំនួន គឺខ្លះមានសកម្មភាព ខ្លះគ្មានសកម្មភាព រីឯខ្លះទៀតមិនរលូននិងមិនទាន់ស៊ីចង្វាក់គ្នា ដែលចាំបាច់ត្រូវពង្រឹងភាពជិតស្និតជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងឡាយ នៅក្រោមឆត្រនៃកិច្ចសហប្រតិបត្តិការចតុភាគី។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ក្នុងដំណាក់កាលនេះ អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ នៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ដែលដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍នៅតំបន់នោះ ត្រូវការពង្រឹងឱ្យកាន់តែសកម្ម និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ ដើម្បីធានាឱ្យបានការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តភាព បរិយាបន្ននៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍អទិភាពៗ។	
៣.៣.២-	ការរៀបចំយន្តការកសាងភាពធន់ និងឆ្លើយតបបន្ទាន់ទៅនឹងវិបត្តិផ្សេងៗក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដោយរៀបចំត្រួតពិនិត្យវាយតម្លៃឡើងវិញនៃដំណើរការអនុវត្តនានាក្នុងការឆ្លើយតបទៅនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ និងបង្កើតឱ្យមានផែនការសម្រាប់ការឆ្លើយតប និងគ្រប់គ្រងវិបត្តិ ឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើងនៅពេលជួបប្រទះនឹងវិបត្តិទៅថ្ងៃអនាគត	• រៀបចំត្រួតពិនិត្យវាយតម្លៃឡើងវិញនៃដំណើរការអនុវត្តនានាក្នុងការឆ្លើយតបទៅនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ និងបន្ទាប់មកត្រូវបង្កើតឱ្យមានផែនការសម្រាប់ការឆ្លើយតប និងគ្រប់គ្រងវិបត្តិ ឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើងនៅពេលជួបប្រទះនឹងវិបត្តិទៅថ្ងៃអនាគត	មេរៀនជាច្រើនពីវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នេះពិតជាមានសារៈសំខាន់ ដែលវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាត្រូវចាប់យកឱកាសនេះរៀបចំឱ្យមានជាផែនការការគ្រប់គ្រងវិបត្តិដ៏មានប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់ដោះស្រាយវិបត្តិផ្សេងៗទៀតនាពេលអនាគត។	- ក្រសួងទេសចរណ៍ - គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍

ជំពូកទី៣

យន្តការស្ថាប័ន និងគម្រោងកម្មវិធីអាទិភាព (២០២០-២០២៥)

១- រចនាសម្ព័ន្ធនៃយន្តការស្ថាប័ន

២- ភារកិច្ច និងភារកិច្ចរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធ

៣- គម្រោងកម្មវិធីអាទិភាព (២០២០-២០២៥)

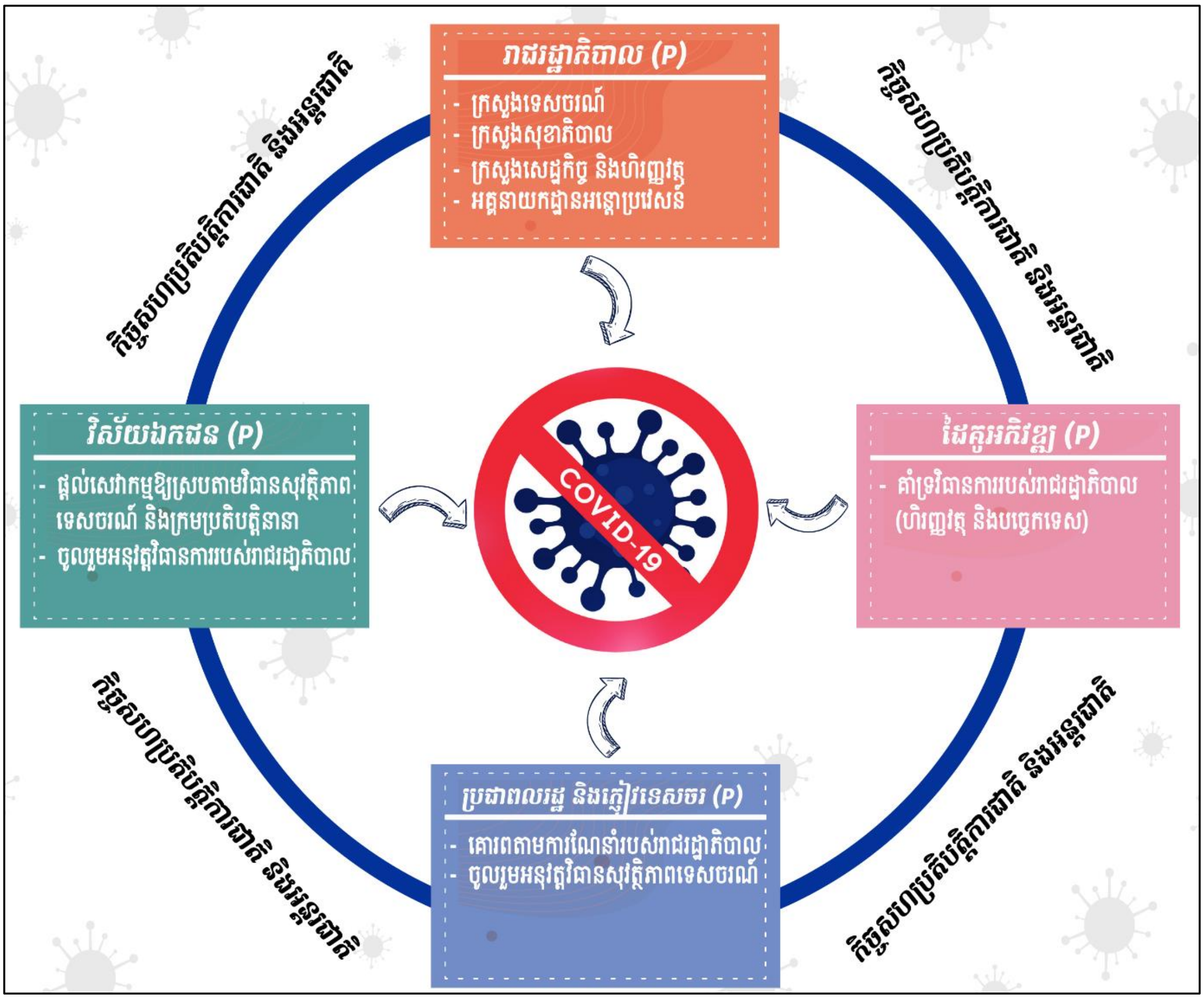
៤- ហិរញ្ញប្បទានគ្រប់គ្រាន់

៥- យន្តការតាមដាន និងត្រួតពិនិត្យ (M&E)

ជំពូកទី៣ : យន្តការស្ថាប័ន និងគម្រោងកម្មវិធីអាទិភាព (២០២០-២០២៥)

(៧៣). យោងស្មារតីនៃកិច្ចប្រជុំរបស់ក្រសួងទេសចរណ៍ និងគណៈកម្មការអប់រំ យុវជន កីឡា ធម្មការ កិច្ចការសាសនា វប្បធម៌ និងទេសចរណ៍ នៃរដ្ឋសភា កាលពី**ថ្ងៃទី១៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២០** ដែលបានលើកឡើងដោយ **ឯកឧត្តម ហ៊ុន ម៉ានី ប្រធានគណៈកម្មការទី៧ នៃរដ្ឋសភា** "ការប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ ក៏ដូចជាការស្តារឡើងវិញវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ គឺតម្រូវឱ្យមានការចូលរួម និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការទាំងកម្រិតថ្នាក់ជាតិ និងអន្តរជាតិ ក្រោមទម្រង់ជាអន្តរវិស័យ អន្តរស្ថាប័ន និងភាពជាដៃគូរវាងរដ្ឋ និងឯកជន [...]" ការអនុវត្តផែនទីចង្អុលផ្លូវនេះ ទាមទារប្រើប្រាស់**អភិក្រមនៃការចូលរួម (Participatory Approach)** តម្រូវឱ្យមានការ **"រួមគិត រួមធ្វើ រួមទទួលខុសត្រូវ"** ពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ **"ចតុភាគី (4Ps): រដ្ឋ-ឯកជន-ប្រជាពលរដ្ឋ-ដៃគូអភិវឌ្ឍ"**។

<u>រូបភាពទី១១: អភិក្រមនៃការចូលរួម (Participatory Approach): រដ្ឋ-ឯកជន-ប្រជាពលរដ្ឋ-ដៃគូអភិវឌ្ឍ</u>



ប្រភព : កិច្ចប្រជុំក្រសួងទេសចរណ៍ (ដឹកនាំដោយ ឯកឧត្តម ថោង ខុន រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍) និងគណៈកម្មការទី៧ នៃរដ្ឋសភា (ដឹកនាំដោយ ឯកឧត្តម ហ៊ុន ម៉ានី ប្រធានគណៈកម្មការទី៧ នៃរដ្ឋសភា) កាលពីថ្ងៃទី១៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២០

១- រចនាសម្ព័ន្ធនៃយន្តការស្ថាប័ន

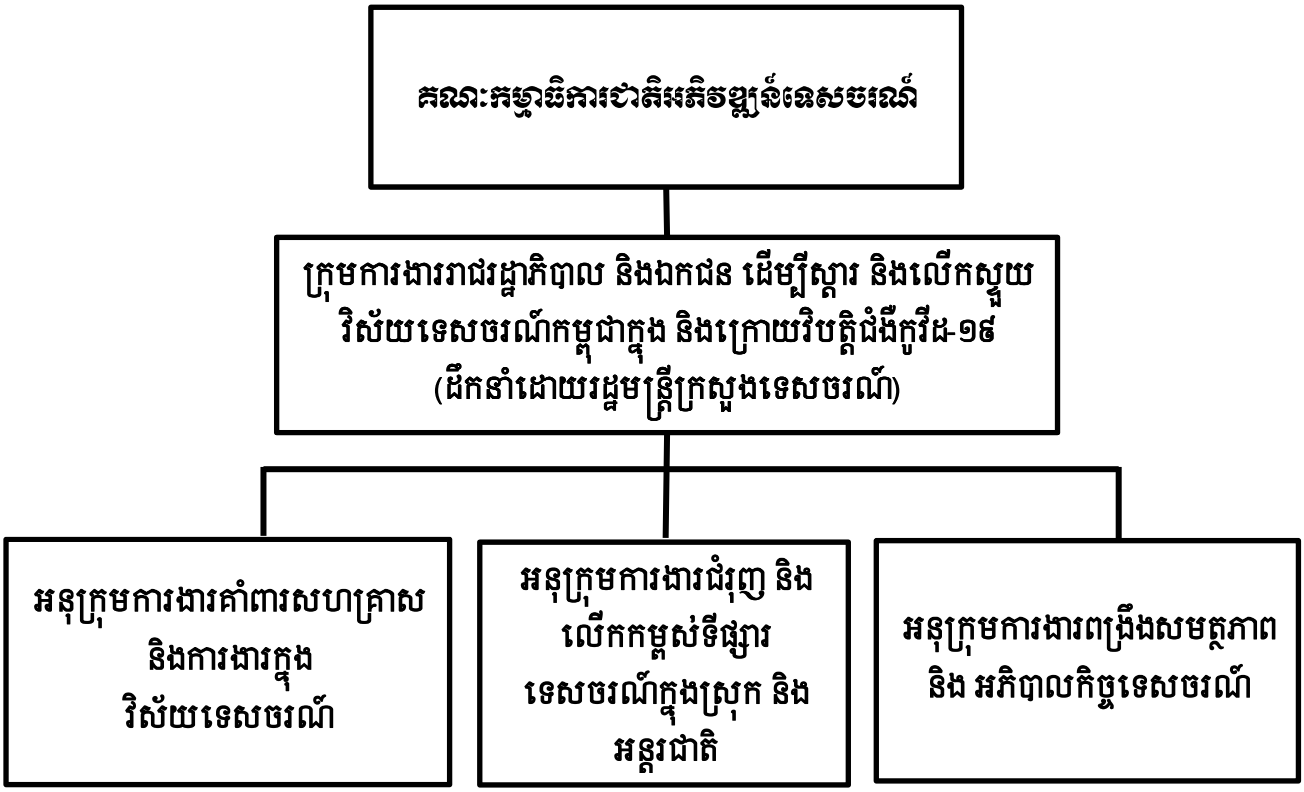
(៧៤). ដើម្បីអនុវត្ត និងតាមដានផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ផែនទីចង្អុលផ្លូវ ស្នើឱ្យមានរចនាសម្ព័ន្ធមួយជាក្រុមការងារអន្តរស្ថាប័ន ក្រោមទម្រង់ភាពជាដៃគូ (4P) មួយ ដែលមានឈ្មោះថា**ក្រុមការងាររាជរដ្ឋាភិបាល និងឯកជនដើម្បីស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩** ដឹកនាំដោយរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍ (ដូចមានក្នុងរូបភាពខាងក្រោម)។ ក្រុមការងារនេះស្ថិតក្រោមឆត្ររបស់**គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍** និងត្រូវបង្កើតឡើងដោយ**សេចក្តីសម្រេចរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា**។ ក្រុមការងារនេះមានអនុក្រុមការងារ**ចំនួន០៣** រួមមាន÷

(១). អនុក្រុមការងារគាំពារសហគ្រាស និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍

(២). អនុក្រុមការងារជំរុញ និងលើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ

(៣). អនុក្រុមការងារពង្រឹងសមត្ថភាព និងអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍។

<u>រូបភាពទី១២: រចនាសម្ព័ន្ធនៃយន្តការស្ថាប័ន÷</u>



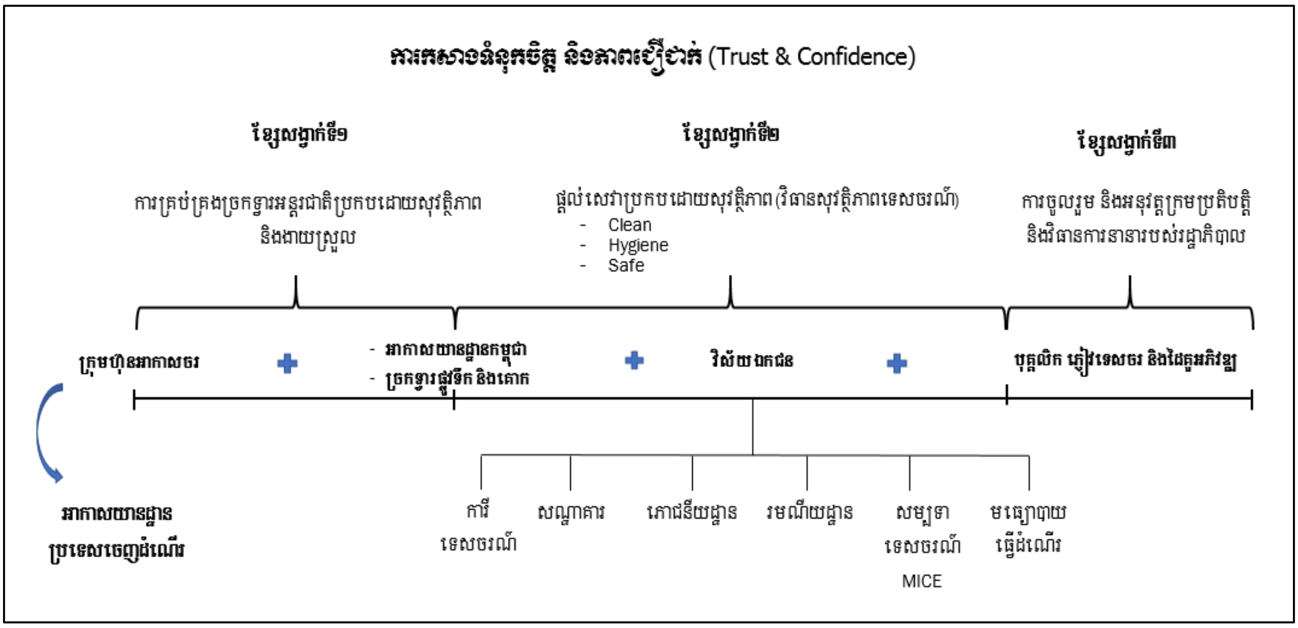
២- ភារកិច្ច និងភារកិច្ចរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធ

(៧៥). ដើម្បីស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យកម្ពុជាក្រោយកូវីដ-១៩ ការធានាបាននូវទំនុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់ក្នុងគ្រប់ខ្សែសង្វាក់នៃផលិតកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ គឺជាចំណុចគន្លឹះអាទិភាពដោយត្រូវ**គិតពីដើមខ្សែដល់ចុងខ្សែ** និងដោយរាប់គិតចាប់ពីចេញព្រលានយន្តហោះនៃប្រទេសដែលភ្ញៀវទេសចរបានចាកចេញរហូតដល់ព្រលានយន្តហោះរបស់ប្រទេសកម្ពុជា និងបន្តដល់សេវាកម្មស្នាក់នៅ ហូបចុក ធ្វើដំណើរ និងត្រឡប់ទៅប្រទេសខ្លួនវិញ។ សូម

បញ្ជាក់ថា ក្នុងខ្សែចង្វាក់ផលិតកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍មានបែងចែកជា**ខ្សែចង្វាក់៣** ក្នុងនោះ **ខ្សែចង្វាក់ទី១.** ការគ្រប់គ្រងច្រកទ្វារអន្តរជាតិប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និងងាយស្រួល (ក្រុមហ៊ុនយន្តហោះ និងអាកាសយានដ្ឋាន) **ខ្សែចង្វាក់ទី២.** ការផ្តល់សេវាទេសចរណ៍ប្រកបដោយសុវត្ថិភាពរបស់វិស័យឯកជន (ការីទេសចរណ៍ សណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន សម្បទាទេសចរណ៍ និងការធ្វើដំណើរ) **និងខ្សែចង្វាក់ទី៣.** ការអនុវត្តក្រមប្រតិបត្តិ និងក្រមសីលធម៌ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដំណាក់កាលកូវីដ-១៩។

(៧៦). ទន្ទឹមនឹងនេះ ស្ថាប័នរដ្ឋ ឯកជន (បុគ្គលិក និងភ្ញៀវទេសចរទាំងអស់ត្រូវមានការ**ចូលរួមប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ**ទៅលើការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពដែលដាក់ចេញដោយក្រសួងសុខាភិបាល ក៏ដូចជាអង្គការសុខភាពពិភពលោក។

<u>រូបភាពទី១៣: ការសាងទំនុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់ (Trust & Confidence)</u>



ក- ខ្សែចង្វាក់ទី១. ការគ្រប់គ្រងច្រកទ្វារអន្តរជាតិប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និងភាពងាយស្រួល

(១.) ច្រកទ្វារអន្តរជាតិផ្លូវអាកាសប្រកបដោយសុវត្ថិភាព

- **កាតព្វកិច្ចនៃក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍**
  - អនុវត្តនីតិវិធីត្រួតពិនិត្យសុខភាពស្របតាមការវាយតម្លៃកម្រិតនៃហានិភ័យ។
  - ផ្តល់នូវតារាងកក់សំបុត្រយន្តហោះ កម្មវិធីហោះហើរ និងបញ្ជីអ្នកដំណើរជិះយន្តហោះជាមុនជូនអាជ្ញាធរ សុខាភិបាល និងមានការបែងចែកភារកិច្ច និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងការប្រយុទ្ធនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ នៅលើយន្តហោះ ដោយអនុវត្តទៅតាមគោលការណ៍ប្រតិបត្តិស្តង់ដា (SOP) សម្រាប់គ្រប់គ្រង និងអនុវត្តការងារនៅក្នុងមណ្ឌលត្រួតពិនិត្យសុខភាពនៅតាមព្រំដែនអាកាសចុះថ្ងៃទី៤ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២០ នៅតាមព្រលានយន្ត

ហោះអន្តរជាតិ និងទីកន្លែងពាក់ព័ន្ធនឹងត្រូវធ្វើការផ្សព្វផ្សាយគោលការណ៍ប្រតិបត្តិស្តង់ដានេះផងដែរ។

- ពង្រីក និងបង្កើនការសម្អាតយន្តហោះ និងកាប៊ីន ឱ្យបានញឹកញាប់។
- ផ្តល់របាំងមុខសម្រាប់អ្នកដំណើរ និងនាវិក ហើយត្រូវរក្សាសុវត្ថិភាព និងអនាម័យជាប់ជានិច្ច ក្នុងកំលុងពេលហោះហើរទាំងស្រុង។
- អនុវត្តការឡើង និងចុះពីយន្តហោះតាមវិធីដែលកាត់បន្ថយការប៉ះពាល់ជាមួយនឹងអ្នកដំណើរ ឬនាវិក (ប្រើទ្វារខាងមុខ និងខាងក្រោយ) ដោយគោរពតាមគោលការណ៍រក្សាគម្លាតសង្គម។
- ដាក់កម្រិតការធ្វើចលនារបស់អ្នកដំណើរ និងបុគ្គលិកនៅលើយន្តហោះក្នុងពេលហោះហើរ។
- សម្រួលដល់ការផ្តល់ម្ហូបអាហារ និងនីតិវិធីនានាដែលអាចកាត់បន្ថយការបម្លាស់ទីរបស់បុគ្គលិក និងទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកដំណើរ។
- ជួយសម្រួលដល់អ្នកដំណើរកុំឱ្យអង្គុយនៅក្បែរគ្នា តាមលទ្ធភាពដែលអាចធ្វើទៅបាន។
- ផ្តល់នូវក្រដាសអនាម័យក្នុងជើងហោះហើរដល់អ្នកដំណើរ និងបុគ្គលិក។
- កាត់បន្ថយចំនួនសម្ភារៈនៅក្នុងកាប៊ីន (សម្ភារៈបោះពុម្ព និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍នានា) និងកំណត់កាបូបយួរដៃជាដើម។

• **អាកាសយានដ្ឋាន (អាកាសយានដ្ឋានប្រទេសដើមរបស់ភ្ញៀវទេសចរ និងអាកាសយានដ្ឋានកម្ពុជា)៖**

- **ការគ្រប់គ្រងច្រកទ្វារផ្លូវអាកាសប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និងភាពងាយស្រួល**
  - ~ ធ្វើការរឹតបន្តឹងការត្រួតពិនិត្យសុខភាពនៅតាមច្រកចេញចូលអន្តរជាតិ ដោយរៀនសូត្រពីបទពិសោធន៍ការងារចាត់ចែងគ្រប់គ្រងអ្នកដំណើរ និងដាក់ចេញនូវដំណោះស្រាយលើបញ្ហាមួយចំនួនដូចជាការរកទីកន្លែងសម្រាប់ដាក់ធ្វើចត្តាឡីស័ក ការបង់ថ្លៃស្នាក់នៅ និងចំណីអាហារដោយសាមីអ្នកដំណើរ ក្នុងកំលុងពេលស្នាក់នៅធ្វើចត្តាឡីស័ក តម្រូវការឱ្យមានវិញ្ញាបនបត្រសុខភាពបញ្ជាក់ពីភាពគ្មានកូវីដ-១៩ ចំនួន៧២ម៉ោង មុនថ្ងៃចេញដំណើរ និងការធានា រ៉ាប់រងសុខភាពក្នុងចំនួនទឹកប្រាក់ទៅតាមការកំណត់ (សម្រាប់ជនបរទេស)។
  - ~ ត្រូវពង្រឹងការងារគន្លឹះ**ពីរយ៉ាង: មុនពេលអ្នកដំណើរឡើងយន្តហោះ** និងពេល**អ្នកដំណើរមកដល់ព្រលានយន្តហោះជាចាំបាច់** ដោយមានការចូលរួមពីក្រសួងជំនាញដូចជា (**១**). ការអនុវត្តនូវលក្ខខណ្ឌខាងលើសម្រាប់អ្នកដំណើរ (**២**). រៀបចំយន្តការគ្រប់គ្រងអ្នកដំណើរចូលទៅតាមព្រលានយន្តហោះឱ្យបានហ្មត់ចត់។

- ពិនិត្យឡើងវិញនូវការដាក់ការរឹតបន្តឹង និងពិធីសារធ្វើដំណើរជាប្រចាំដោយប្រើព័ត៌មានល្អៗ ពីអាជ្ញាធរសុខភាពអន្តរជាតិ ដើម្បីធានា និងកាត់បន្ថយការគំរាមកំហែងលើសុខភាពសាធារណៈ និងហានិភ័យក្នុងស្រុក។
- បង្កើនការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ការធ្វើដំណើរប្រកបដោយសុវត្ថិភាព រលូន និងគ្មានការប៉ះពាល់។
- ផ្តល់ព័ត៌មានរហ័ស ងាយស្រួលស្វែងរក និងជាប្រចាំ អំពី ព័ត៌មាននៃការរឹតបន្តឹង ការធ្វើដំណើរ និងនិយាមការ (វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ និងវិធានសុខាភិបាល) ដល់វិស័យឯកជន និងអ្នកដំណើរ។
- សម្របសម្រួលលើគោលនយោបាយ និងវិធានការពាក់ព័ន្ធរវាងក្រសួងទេសចរណ៍ ក្រសួងសុខាភិបាល ក្រសួងមហាផ្ទៃ និងក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន។
- ធ្វើការរួមបញ្ចូលនូវលក្ខខណ្ឌតម្រូវ និងវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងការធ្វើដំណើរ ឱ្យស្របនឹងកម្រិតអន្តរជាតិ និងធ្វើការឆ្ពោះទៅរកការបង្កើតកម្មវិធីតាមដានរបស់ភ្ញៀវ។
- កាត់បន្ថយហានិភ័យនានានៅពេលចាកចេញ និងឬ/ពេលចូលក្នុងប្រទេស។

(២.) ច្រកទ្វារអន្តរជាតិ ផ្លូវគោក និងផ្លូវទឹកប្រកបដោយសុវត្ថិភាព

- **អ្នកផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍តាមផ្លូវគោកត្រូវអនុវត្តតាមវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍** សម្រាប់មធ្យោបាយផ្លូវគោក ដូចជា **សុវត្ថិភាពអនាម័យ នៅទីតាំងចំណត សុវត្ថិភាពអនាម័យក្នុងរថយន្តទេសចរណ៍ សុវត្ថិភាពទេសចរ និងអ្នកដំណើរ និងសុវត្ថិភាពសម្រាប់បុគ្គលិកផ្តល់សេវាកម្ម។**
- អ្នកផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍តាមផ្លូវទឹកត្រូវអនុវត្តតាមវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ សម្រាប់មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនផ្លូវទឹក ដូចជា **សុវត្ថិភាពអនាម័យនៅទីតាំងចំណត សុវត្ថិភាពអនាម័យក្នុងកាណូតទេសចរណ៍ សុវត្ថិភាពទេសចរ និងអ្នកដំណើរនិងសុវត្ថិភាពសម្រាប់បុគ្គលិកផ្តល់សេវាកម្ម។**
- រីឯការគ្រប់គ្រងច្រកទ្វារអន្តរជាតិតាមផ្លូវទឹក និងផ្លូវគោកមានលក្ខខណ្ឌតម្រូវនៃការគ្រប់គ្រងដូចគ្នានឹងច្រកទ្វារអន្តរជាតិផ្លូវអាកាសដែរ។

ខ- ខ្សែចង្វាក់ទី២ . ការផ្តល់សេវាទេសចរណ៍ប្រកបដោយសុវត្ថិភាព គឺជាកត្តាចាំបាច់បំផុត។

(៧៧). ក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី ក្រសួងទេសចរណ៍បានបង្កើត**វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សំដៅធានាឱ្យបាននូវតុល្យភាពនៃប្រក្រតីភាពនៃសកម្មភាពអាជីវកម្មទេសចរណ៍ និងការធានាបាននូវសុវត្ថិភាពជូនភ្ញៀវទេសចរ បុគ្គលិក និងប្រជាពលរដ្ឋ។**

(៧៨). វិធីសាស្ត្រក្នុងការរៀបចំវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍នេះ ក្រសួងទេសចរណ៍បានបង្កើតនូវឯកសារជាមូលដ្ឋានចំនួន (០២) គឺ (១). ក្រមប្រតិបត្តិ និង (២). គោលការណ៍ណែនាំកំណត់ពីលក្ខខណ្ឌអប្បបរមា។

រូបភាពទី១៤: វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍

(ប្រភព: អគ្គនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍)

(៧៩). ក្រសួងទេសចរណ៍បានអនុវត្តតាមស្មារតីនៃមាត្រាទី៤៨ នៃច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ចែងថា "**ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ រួមទាំងភ្នាក់ងារ និយោជិក និងអ្នកជាប់កិច្ចសន្យាទាំងអស់ ត្រូវមានកាតព្វកិច្ចអនុវត្តតាមច្បាប់ និងបទបញ្ញត្តិជាធរមាន ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងស្តង់ដាក្រមប្រតិបត្តិវិជ្ជាជីវៈ និងលក្ខខណ្ឌនានានៃអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍**" និងមាត្រាទី៥០ នៃច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ចែងថា "**ទេសចរ ឬអ្នកធ្វើដំណើរកម្សាន្តត្រូវមានកាតព្វកិច្ចគោរពច្បាប់ វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍របស់ក្រសួងទេសចរណ៍ និងបទបញ្ញត្តិជាធរមានរបស់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា**"។ តាមការគ្រោងទុកវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍នេះ នឹងដាក់ឱ្យអនុវត្តជា ២ជំហាន ដូចខាងក្រោម÷

➢ វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ក្នុងជំហានទី១

(៨០). ក្នុងនោះ សេវាកម្មដែលបានសម្រេចដាក់អនុវត្តក្នុង**ជំហានទី១** រួមមាន **១.រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ ២. សហគមន៍ទេសចរណ៍ ៣.ភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋានទេសចរណ៍ ៤.សេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ ៥.ដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ផ្លូវទឹក ៦. ដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ផ្លូវគោក ៧. ការីទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និង ៨.មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងអ្នកបកប្រែភាសាបន្ត**។

រូបភាពទី១៥: ឡាបិលសម្គាល់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ ក្នុងជំហានទី១÷

(ប្រភព: ក្រសួងទេសចរណ៍)

(**៨១**). ដើម្បីវាយតម្លៃសម្រេចផ្តល់ឱ្យ**ឡាបិលវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍**ខាងលើ ក្រសួងទេសចរណ៍បានរៀបចំគោលការណ៍ណែនាំកំណត់អំពីលក្ខខណ្ឌអប្បបរមាដែលមានដូចខាងក្រោម÷

គោលការណ៍ណែនាំវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ជំហានទី១ រួមមាន÷

- **គោលការណ៍ណែនាំស្តីពី វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សម្រាប់អាជីវកម្មរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ ដើម្បីប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ ⟶ (លក្ខខណ្ឌតម្រូវ =១៦)**
- **គោលការណ៍ណែនាំស្តីពី វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សម្រាប់អាជីវកម្មដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ផ្លូវគោក ក្នុងដំណាក់កាលកូវីដ-១៩ ⟶ (លក្ខខណ្ឌតម្រូវ =១៦)**
- **គោលការណ៍ណែនាំស្តីពី វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សម្រាប់អាជីវកម្មដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ផ្លូវទឹក ក្នុងដំណាក់កាលកូវីដ-១៩ ⟶ (លក្ខខណ្ឌតម្រូវ =១៦)**
- **គោលការណ៍ណែនាំស្តីពី វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សម្រាប់អាជីវកម្មសេវាកម្មស្នាក់នៅទេស-ចរណ៍ ដើម្បីប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ ⟶ (លក្ខខណ្ឌតម្រូវ = ៣០)**
- **គោលការណ៍ណែនាំស្តីពី វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សម្រាប់អាជីវកម្មភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារ-ដ្ឋានទេសចរណ៍ ដើម្បីប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ ⟶ (លក្ខខណ្ឌតម្រូវ = ៣០)**
- **គោលការណ៍ណែនាំស្តីពីវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សម្រាប់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ការីទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ⟶ (លក្ខខណ្ឌតម្រូវ =១៧)**
- **គោលការណ៍ណែនាំស្តីពីវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សម្រាប់មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងអ្នកបកប្រែភាសាបន្ត ⟶ (កាតព្វកិច្ចអនុវត្ត = ៧)**

➢ វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ (ក្នុងជំហានទី២)÷

(**៨២**). **ក្នុងជំហានទី២** ក្រសួងទេសចរណ៍គ្រោងរៀបចំ**វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ដល់អាជីវកម្មទេសចរណ៍** រួមមាន **១.កីឡាទេសចរណ៍ ២. សេវាមណ្ឌលកម្សាន្តទេសចរណ៍មនុស្សពេញវ័យ (បៀហ្គាឌិន ខារ៉ាអូខេ រង្គសាល និងឌីស្កូតែក) ៣. សេវាកម្មស្ប៉ា និងម៉ាស្សា ៤.សេវាកម្មម៉ាយ បន្ទប់ប្រជុំ ៥. សេវាកម្មព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ និង ៦.ការីទេសចរណ៍នាំភ្ញៀវចូល។**

<u>រូបភាពទី១៦: ឡាបិលសម្គាល់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ ក្នុងជំហានទី២</u>

(ប្រភព : ក្រសួងទេសចរណ៍)

គ. ខ្សែចង្វាក់ទី៣. ការអនុវត្តក្រមប្រតិបត្តិ ក្រមសីលធម៌ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដំណាក់កាលកូវីដ-១៩។

(៨៣). ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តយុទ្ធសាស្រ្តបង្ការ និងទប់ស្កាត់ការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ខ្សែចង្វាក់ចុងក្រោយនេះគឺជាការស្នើឱ្យភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ត្រូវចូលរួមប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ ពោលត្រូវអនុវត្ត**ក្រមប្រតិបត្តិ និងក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈ** រៀងៗខ្លួន។

១). ភ្ញៀវទេសចរ: ត្រូវអនុវត្តតាមក្រមប្រតិបត្តិ និងក្រមសីលធម៌ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។

ឧទារហណ៍÷

- ត្រូវសហការផ្តល់ព័ត៌មានដល់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដើម្បីចុះឈ្មោះតាម**ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាចុះបញ្ជីវត្តមានភ្ញៀវទេសចរតាមរយៈ(Telegram BOT)** ដើម្បីផ្តល់ទិន្នន័យ និងដំណើររបស់ខ្លួនដែលអាចឆ្លើយតបទាន់ពេលវេលាក្នុងការគ្រប់គ្រងស្ថានភាពក្នុងដំណាក់កាលនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩
- ត្រូវចុះឈ្មោះលើ**ប្រព័ន្ធចុះបញ្ជីស្នាក់នៅទេសចរណ៍** (www.accommodationrgistrat.net) សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក និងភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ ដើម្បីរក្សាទិន្នន័យរាល់ការស្នាក់នៅរបស់ខ្លួនតាមអាជីវកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍នីមួយៗ និងក្នុងបញ្ជីប្រព័ន្ធ Telegram BOT សម្រាប់សេវាកម្មផ្សេងៗទៀត។
- ត្រូវចូលរួមអនុវត្តតាមការណែនាំរបស់ក្រសួងសុខាភិបាល និងក្រសួងទេសចរណ៍នូវ**ប្រការគួរធ្វើ និងមិនគួរធ្វើ (Dos & Don'ts)**
- ត្រូវចូលរួមចាក់វ៉ាក់សាំងកូវីដ-១៩ (Vaccination Passport)។

២). បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍: ត្រូវចូលរួមអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ដែលក្រសួងបានដាក់ចេញ និងត្រូវអនុវត្តតាមវិធានការផ្សេងៗទៀតរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល។ ទន្ទឹមនេះ បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ពិសេសបុគ្គលិកបម្រើការងារជួរមុខត្រូវទទួលបានការចាក់វ៉ាក់សាំងកូវីដ-១៩ បង្ការការឆ្លងជំងឺកូវីដ-១៩។

៣). វិស័យឯកជន: អនុវត្តក្រមប្រតិបត្តិ និងក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈ ដោយអនុវត្តតាមវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ និងវិធានការផ្សេងៗទៀតដែលរាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញ។

៤). ដៃគូអភិវឌ្ឍ: ដើម្បីចូលរួមស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យកម្ពុជា ត្រូវការចាំបាច់នូវការគាំទ្រពីដៃគូអភិវឌ្ឍនានាសម្រាប់ការអនុវត្តគម្រោងស្តារ និងលើកស្ទួយឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ជាអាទិ៍ UNWTO, PATA, WTTC, AFD, ADB, World Bank, JICA,..។ល។

៥). កិច្ចសហប្រតិបត្តិការ: ការពង្រឹងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការគ្រប់កម្រិត ទាំងទ្វេភាគី និងពហុភាគីក្នុងវិស័យទេសចរណ៍រវាងកម្ពុជា និងបណ្តាប្រទេសនានាក្នុងតំបន់ និងសកលលោកព្រមជាមួយអង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ។

៣- គម្រោងកម្មវិធីអាទិភាព (២០២០-២០២៥)

ក. គាំពារ និងលើកកម្ពស់ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

គម្រោងទី១: "ទេសចរណ៍ប្រភេទ **ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព** - Travel Bubble និង One way/Two way Closed-loop Chartered Plane"

គម្រោងទី២: "យុទ្ធនាការកម្ពុជា÷ កម្មវិធីអនុវត្តយុទ្ធនាការ "វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍" សម្រាប់ឆ្នាំ (២០២០-២០២៣)"

គម្រោងទី៣: "យុទ្ធនាការអក្ខរកម្មឌីជីថល និងជំនាញឌីជីថលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍"

គម្រោងទី៤: "គម្រោងកាត់បន្ថយភាពផ្ទុះធ្លាយនៃសេដ្ឋកិច្ចពីវិស័យទេសចរណ៍"

គម្រោងទី៥: "គម្រោងបង្កើតសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ (ខេត្តសៀមរាប និងមណ្ឌលគិរី)"

គម្រោងទី៦: "គម្រោងរៀបចំបង្កើតគណនីទេសចរណ៍រណប (TSA)"

ខ. លើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

គម្រោងទី៧: "សិក្សាលទ្ធភាពរៀបចំតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ: គោលដៅទេសចរណ៍បែបឆ្លាតវៃ-Smart Destination"

គម្រោងទី៨: "គម្រោងកែលម្អកំពង់ផែទេសចរណ៍ចុងឃ្នាស"

គម្រោងទី៩: "គម្រោងរៀបចំតំបន់ថ្មើរជើងនៅខេត្តសៀមរាប រាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្តព្រះសីហនុ"

គម្រោងទី១០: "គម្រោងបង្កើតបណ្ណទេសចរណ៍កម្ពុជា (Cambodia Pass)"

គម្រោងទី១១: "គម្រោងពង្រឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវ័ន្ត (ផ្លូវជាអាទិភាព) និងបញ្ចូលទឹក ភ្លើង លូ និងការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន (ជាពិសេសសម្រាម) ដើម្បីជំរុញដល់ចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកទៅកាន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍សំខាន់"

គម្រោងទី១២: "ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ដែលធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង (Self-driving Tourism)"

គម្រោងទី១៣: "យុទ្ធនាការកម្ពុជាស្អាត: ឆ្ពោះទៅស្វាគមន៍ព្រឹត្តិការណ៍ SEA Game-2023"

គម្រោងទី១៤: "ពង្រឹងការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងការបង្កើតមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍នៅតាមរាជធានី-ខេត្ត"

គម្រោងទី១៥: "ឆ្នាំទស្សនាទេសចរណ៍កម្ពុជា (Visit Cambodia Years ២០២២-២០២៣)"

គម្រោងទី១៦: "គម្រោងទាក់ទាញទេសចរណ៍ម៉ាយ: កម្ពុជាគោលដៅទេសចរណ៍ម៉ាយ"

គ. លើកកម្ពស់អភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍

គម្រោងទី១៧: គម្រោងស្តីពី "គម្រោងកម្មវិធីពង្រឹងសមត្ថភាពក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២០-២០២៣)"

៤- ហិរញ្ញប្បទានទ្រទ្រង់

(៨៤). យើងនឹងស្នើឡើងនូវកញ្ចប់ថវិកាសង្គ្រោះសម្រាប់អនុវត្តគម្រោង និងសកម្មភាពក្នុងការស្តារឡើងវិញនូវវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ដែលប្រភពថវិការួមមាន÷

ក. កញ្ចប់ថវិកាសង្គ្រោះ (Stimulus Packages)

- **គម្រោងសហហិរញ្ញប្បទានទ្រទ្រង់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម (SME's Fund):** គម្រោង ហិរញ្ញប្បទានទ្រទ្រង់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ កាលពីដើមខែមេសា ក្នុងគោលបំណងផ្តល់ឥណទានមានការប្រាក់ទាប ដើម្បីជំរុញការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងវិស័យអាទិភាព។ មូលនិធិក្រោមគម្រោង ហិរញ្ញប្បទាននេះ មានទំហំទឹកប្រាក់ **១០០លានដុល្លារអាមេរិក** និងមានដៃគូសហការបញ្ចេញប្រាក់កម្ចី គឺគ្រឹះស្ថានធនាគារ និងមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុចំនួន៣៣ ក្នុងនោះរួមមាន ធនាគារពាណិជ្ជចំនួន២៣ ធនាគារឯកទេសចំនួន៣ គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុទទួលប្រាក់បញ្ញើ ចំនួន៥ និងគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុចំនួន២។
- **មូលនិធិឥណទាន (Credit Guarantee Fund):** ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និង ហិរញ្ញវត្ថុ នឹងរៀបចំបង្កើត **មូលនិធិធានាឥណទាន (Credit Guarantee Fund)** ជាមួយថវិកា **២០០លានដុល្លារអាមេរិក**។ មូលនិធិនេះ អាចធានាឥណទានកម្ចី តាមរយៈធនាគារ និងមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ដោយប្រើគោលការណ៍ទីផ្សារ ដើម្បីជួយសម្រាលសម្ពាធ រំហូរសាច់ប្រាក់ និងទុនបង្វិលរបស់អាជីវកម្ម-ធុរកិច្ចក្នុងគ្រប់វិស័យ បានយ៉ាងតិចចំនួន **២០០លានដុល្លារអាមេរិក**។
- **កិច្ចគាំទ្រហិរញ្ញប្បទាន (Financing Facility):** ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និង ហិរញ្ញវត្ថុ នឹងត្រៀមថវិកាសម្រាប់ហិរញ្ញប្បទានបន្ថែមចំនួន **៣០០លានដុល្លារអាមេរិក** ដើម្បីគាំទ្រ និង ដើរតួជាកាតាលីករជំរុញកំណើនតាមវិស័យសំខាន់ៗ ក្នុងកំលុងពេលវិបត្តិ និងក្រោយពេលវិបត្តិ។

ខ. កញ្ចប់ថវិកាលើកស្ទួយសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ (១៧ គម្រោង)

(៨៥). ថវិកាដែលត្រូវអនុវត្តគម្រោងអាទិភាពទាំងអស់ស្របតាមការចាំបាច់នៃគម្រោងនីមួយៗ។

៥- យន្តការតាមដាន និងត្រួតពិនិត្យ

(៨៦). **ដើម្បីតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃបាន** យើងត្រូវរៀបចំ**យន្តការតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ**ដែលមានសារៈសំខាន់ដល់ការធានាប្រសិទ្ធភាព គណនេយ្យភាព និងសក្តិសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តគម្រោងកម្មវិធីនីមួយៗ ឱ្យស្របតាមកាលកំណត់នីមួយៗ។ ការអនុវត្តផែនទីចង្អុលផ្លូវនេះ ត្រូវតាមដានត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃដោយ**គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍**។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

(៨៧). ឥទ្ធិពលឬផលប៉ះពាល់នៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នេះ គឺពិតជាពិបាកក្នុងការធ្វើការវាយតម្លៃ ឱ្យប្រាកដប្រជាណាស់។ កម្ពុជាក៏ដូចជាបណ្តាប្រទេសដទៃទៀតលើសកលលោក បានទទួលរងផលប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងពីជំងឺកូវីដ-១៩ នេះចាប់តាំងពីដើមឆ្នាំ២០២០ មកម្ល៉េះ ក្នុងនោះ**វិស័យទេសចរណ៍បានទទួលរងផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានយ៉ាងដំណំពីវិបត្តិនេះ** ដែលត្រូវបានសន្និដ្ឋានថា ឆ្នាំ២០២០ ពិតជានាំមកនូវបញ្ហាប្រឈមយ៉ាងខ្លាំង ដល់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាមិនធ្លាប់មានក្នុងរយៈពេល ៣០ឆ្នាំចុងក្រោយនេះ។ ប៉ុន្តែចំណុចនេះក៏បានឆ្លុះបញ្ចាំងឱ្យឃើញអំពីតួនាទីដ៏មានសារៈសំខាន់របស់វិស័យទេសចរណ៍ក្នុងការរួមចំណែកអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច- សង្គម ក៏ដូចជាឥទ្ធិពលដែលមានលក្ខណៈប្រទាក់ក្រឡាគ្នាជាអន្តរវិស័យ ជាមួយបណ្តាវិស័យសេដ្ឋកិច្ចសង្គមសំខាន់ៗដទៃទៀតរបស់ជាតិ។

(៨៨). ដូច្នេះ ការរៀបចំផែនទីចង្អុលផ្លូវ ស្តីពីផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ គឺជាត្រីវិស័យមួយដ៏មានសារៈសំខាន់ និងជាយុទ្ធសាស្ត្រកៀរគរឱ្យគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធស្របតាមពាក្យស្លោក “**ទាំងអស់គ្នា រួមគ្នា យើងនឹងឆ្លងផុតគ្រាលំបាកនេះជាមួយគ្នា**” ដើម្បីចូលរួមក្នុងការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាឡើងវិញ និងជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ឆ្ពោះទៅរកអនាគតថ្មី “**ទម្លាប់ថ្មីនៃទេសចរណ៍**”។

(៨៩). ផែនទីចង្អុលផ្លូវនេះនឹងបន្តជំរុញការអនុវត្តគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ឱ្យមានគុណភាព សុវត្ថិភាព និងនិរន្តរភាព និងប្រែក្លាយការគំរាមកំហែងពីជំងឺកូវីដ-១៩ ទៅជាឱកាសសម្រាប់ការកែទម្រង់រចនាសម្ព័ន្ធ ក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ឆ្ពោះទៅយន្តការស្ថាប័នរឹងមាំ ឆ្លាតវៃ និងកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពជាងមុន អមជាមួយការដាក់ចេញនូវកម្មវិធីនយោបាយដ៏មុតស្រួចក្នុងការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ដើម្បីចាប់យកឱកាសនៃវិបត្តិនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជានឹងយកឆ្នាំ២០២១ ជាឆ្នាំគោលក្នុងការកែប្រែកម្ពុជាឱ្យក្លាយទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍ដែលមានគុណភាព ស្អាត បៃតង សុវត្ថិភាព និងនិរន្តរភាពដែលជាបច្ច័យគាំទ្រដល់ការលើកកម្ពស់ភាពប្រកួតប្រជែងនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងបរិបទថ្មីព្រមទាំងលើកស្ទួយកិត្យានុភាព“**កម្ពុជា: ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ**” លើឆាកអន្តរជាតិ។

ឧបសម្ព័ន្ធ

១- តារាងគម្រោងកម្មវិធីអាទិភាពសម្រាប់ស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២០-២០២៥)

១.១- គាំពារ និងលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

គម្រោងទី១: គម្រោង “ទេសចរណ៍ប្រភេទ ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព - Travel Bubble និង One way/Two way Closed-loop Chartered Plane”

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: គាំពារ និងលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

<table>
<tr><th>ល.រ.</th><th colspan="2">ចំណងជើងគម្រោង</th><th>ភាគីពាក់ព័ន្ធ</th><th>ប្រភពថវិកា</th><th>អាទិភាពនៃពេលវេលា</th></tr>
<tr><td>គ.១</td><td colspan="2">“ទេសចរណ៍ប្រភេទ ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព - Travel Bubble និង One way/Two way Closed-loop Chartered Plane”</td><td>ភ្ញៀវទេសចរ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ សេវាកម្មទេសចរណ៍</td><td>រដ្ឋ និងឯកជន</td><td>អាទិភាព១</td></tr>
<tr><th colspan="2">ទីតាំងគម្រោង</th><th>ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង</th><td colspan="3" rowspan="2">វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷
១- រៀបចំកិច្ចព្រមព្រៀងរវាងកម្ពុជា និងប្រទេសគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ដូចជាចិន ជប៉ុន កូរ៉េ ថៃ វៀតណាម និងឡាវ
២- ការរៀបចំ Fast Tracking Entry តាមព្រលានយន្តហោះ
៣- ការជ្រើសរើសការីទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកជាដៃគូជាមួយការីទេសចរណ៍ទីផ្សារគោលដៅ។ល។</td></tr>
<tr><td colspan="2">រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប តារាសាគរ និងខេត្តព្រះសីហនុ</td><td>• ក្រសួងទេសចរណ៍
• ក្រសួងប្រៃសណីយ៍និងទូរគមនាគមន៍
• ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ
• វិស័យឯកជន</td></tr>
<tr><td colspan="3">សារវិតារ÷
គម្រោង “ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព - Travel Bubble និង One way/Two way Closed-loop Chartered Plane”
គឺជាទម្រង់នៃការធ្វើដំណើរដែលក្រុមទេសចរមកពីប្រទេសណាមួយដែលអាចគ្រប់គ្រងស្ថានភាពវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ បាន។</td><td colspan="3">សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង÷
១- រៀបចំគោលការណ៍ប្រតិបត្តិស្តង់ដា នៃប្រភេទកញ្ចប់ទេសចរណ៍មកតាម Travel Bubble និង One Way/Two Way Closed-loop Chartered Plane និងបង្កើតតំបន់ទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព
២- ការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពសុខាភិបាល និងសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍
៣- ការរៀបចំឱ្យមានភាពជឿទុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់ ពីដើមខ្សែ រហូតដល់ចុងខ្សែ ពិសេសមានដូចជាកម្មវិធីទូរសព្ទ និងប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់គ្រប់គ្រងភ្ញៀវទេសចរ (Tracking System)។</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>គោលបំណង÷
ការបង្កើត គម្រោង “ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព” មានគោលបំណងទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរដោយផ្ទាល់ពីបណ្តាប្រទេសគោលដៅសុវត្ថិភាព ដើម្បីស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ដោយឈរលើគោលការណ៍ កិច្ចព្រមព្រៀងទ្វេភាគី ឬ ត្រីភាគី។</td><td colspan="2">លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង÷
១- ចូលរួមស្តារវិស័យទេសចរណ៍ និងសេដ្ឋកិច្ចក្នុង និងក្រោយកូវីដ-១៩
២- រក្សាការងារ និងប្រាក់ចំណូលរបស់បុគ្គលិកក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍។</td></tr>
<tr><td>ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷
គម្រោងនេះ មិនមានផ្តល់នូវផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់សង្គម និង បរិស្ថាន ប្រសិនបើអនុវត្តបានដោយខ្ជាប់ខ្ជួនតាម (គោលការណ៍ប្រតិបត្តិស្តង់ដា) នៃកញ្ចប់ទស្សនៈកិច្ចមកតាម Travel Bubble។</td><td>រយៈពេល÷
គម្រោងអនុវត្តក្នុងរយៈពេលខ្លី (២០២១-២០២២) ដោយក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ។</td><td>ថវិកានៃគម្រោង÷
គម្រោងនេះប្រើប្រាស់ថវិកាសរុបប្រមាណ ២០ម៉ឺនដុល្លារអាម៉េរិក។</td></tr>
</table>

គម្រោងទី២: គម្រោងអនុវត្តយុទ្ធនាការ "វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍" សម្រាប់ឆ្នាំ (២០២០-២០២៣)

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: គាំពារ និងលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

<table>
<tr><th>ល.រ</th><th colspan="2">ចំណងជើងគម្រោង</th><th>ភាគីពាក់ព័ន្ធ</th><th>ប្រភពថវិកា</th><th>អាទិភាពនៃពេលវេលា</th></tr>
<tr><td>គ.២</td><td colspan="2">គម្រោងកម្មវិធីអនុវត្តយុទ្ធនាការ "វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍" សម្រាប់ឆ្នាំ (២០២០-២០២៣)</td><td>វិស័យឯកជនក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម សហគមន៍ទេសចរណ៍ ក្រសួងទេសចរណ៍ និងប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន</td><td>រដ្ឋ និងដៃគូអភិវឌ្ឍ</td><td>អាទិភាព១ និង ២</td></tr>
<tr><td colspan="2">ទីតាំងគម្រោង</td><td>ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង</td><td colspan="3" rowspan="3">វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷
ឯកសារទ្រទ្រង់ដល់ការអនុវត្ត រួមមាន÷
១- ច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍
២- សារាចរណែនាំលេខ ០០៤ សរណន. ចុះថ្ងៃទី០៤ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២០ ស្តីពីការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ក្នុងដំណាក់កាលទប់ស្កាត់ការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩
៣- សារាចរណែនាំលេខ ០១៣ សរណន. ចុះថ្ងៃទី០៤ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២០ ស្តីពីការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សម្រាប់សហគមន៍ទេសចរណ៍ និងអេកូទេសចរណ៍ដើម្បីប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងជំងឺកូវីដ-១៩
៤- ប្រកាសលេខ ០៨១ ប្រក.ចុះថ្ងៃទី០៤ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២០ ស្តីពីការដាក់ឱ្យអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សម្រាប់អាជីវកម្មសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍
៥- ប្រកាសលេខ ០៨២ ប្រក.ចុះថ្ងៃទី០៤ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២០ ស្តីពីការដាក់ឱ្យអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ដល់អាជីវកម្មដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍តាមផ្លូវទឹក
៦- ប្រកាសលេខ ០៨៣ ប្រក.ចុះថ្ងៃទី០៤ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២០ ស្តីពីការដាក់ឱ្យអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ដល់អាជីវកម្មដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍តាមផ្លូវគោក
៧- ប្រកាសលេខ ០៨៤ ប្រក.ចុះថ្ងៃទី០៤ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២០ ស្តីពីការដាក់ឱ្យអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ដល់អាជីវកម្មរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍
៨- ប្រកាសលេខ ០៨៥ ប្រក.ចុះថ្ងៃទី០៤ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២០ ស្តីពីការដាក់ឱ្យអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សម្រាប់អាជីវកម្មភោជនីយដ្ឋាន អាហារដ្ឋានទេសចរណ៍។</td></tr>
<tr><td colspan="2">រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ</td><td>ក្រសួងទេសចរណ៍</td></tr>
<tr><td colspan="3">សាវតារ÷
ក្នុងស្ថានភាពនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩នេះ ជនគ្រប់រូបត្រូវបានណែនាំឱ្យអនុវត្តខ្ជាប់ខ្ជួននូវវិធានសុវត្ថិភាពចាំបាច់មួយចំនួន ទាំងនៅក្នុងជីវភាពប្រចាំថ្ងៃ និងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម ដូចជាការរក្សាអនាម័យ និងភាពស្អាត រក្សាសុវត្ថិភាពម្ហូបអាហារ និងការរក្សាគម្លាតសុវត្ថិភាព។

ក្រសួងទេសចរណ៍បានរៀបចំ "គោលការណ៍ណែនាំថ្មី - New Norms/Protocols" មានឈ្មោះថា "វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍" ទាំងសម្រាប់មូលដ្ឋានអាជីវកម្ម ដែលកំពុងដំណើរការ និងមូលដ្ឋានអាជីវកម្មដែលបានផ្អាក ឬបិទទ្វារ នៅពេលមានការអនុញ្ញាតឱ្យបើកដំណើរការឡើងវិញ ទោះបីជាអាចប្រឈមនឹងកត្តាមិនអំណោយផលមួយចំនួន ដូចជា លទ្ធភាពទទួលភ្ញៀវបានចំនួនតិចជាងមុន និងចំណាយប្រតិបត្តិការខ្ពស់ជាងមុនក៏ដោយ ក៏នៅតែត្រូវអនុវត្ត ដើម្បីធានាបាននូវសុវត្ថិភាពសម្រាប់គ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ទាំងភ្ញៀវ និងបុគ្គលិក។</td></tr>
</table>

	៩- ប្រកាសលេខ ០៩៥ ប្រក.ចុះថ្ងៃទី០១ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២០ ស្តីពីការដាក់ឱ្យអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ដល់អាជីវកម្មការីទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក (Domestic Tour Operator) ១០- ប្រកាសលេខ ១២៨ ប្រក.ចុះថ្ងៃទី០២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២០ ស្តីពីការដាក់ឱ្យអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សម្រាប់មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងអ្នកបកប្រែភាសាបន្ត
គោលបំណង÷ គម្រោងនេះ មានគោលបំណង ០២ រួមមាន÷ **១-** ចូលរួមទប់ស្កាត់ផលប៉ះពាល់នៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ លើវិស័យទេសចរណ៍ **២-** ចូលរួមបង្កើនចលនាសេដ្ឋកិច្ច តាមរយៈការរក្សាឱ្យអាជីវកម្មទេសចរណ៍នៅតែអាចដំណើរការបានផង និងក៏ដូចជាការបន្តចូលរួមទប់ស្កាត់ និងកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការចម្លងក្នុងមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ផង។	**សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង÷** **សមាសភាគទី១: បទដ្ឋានគតិយុត្តគាំទ្រការអនុវត្ត** **១-** ការរៀបចំបង្កើតវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍សម្រាប់សេវាកម្មនីមួយៗ **២-** ការរៀបចំកែសម្រួលប្រកាស ស្តីពី ការគ្រប់គ្រង និងផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍សម្រាប់សេវាកម្មនីមួយៗដោយមានគិតបញ្ចូលនូវអត្ថប្រយោជន៍បន្ថែមសម្រាប់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ជាប្រភេទសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម **៣-** ការរៀបចំបង្កើតនីតិវិធីអនុវត្ត ការពិនិត្យ និងផ្តល់ឡាបិលបញ្ជាក់ការអនុវត្តស្របតាមវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ **៤-** ការរៀបចំក្រុមការងារត្រួតពិនិត្យ និងផ្តល់ឡាបិល បញ្ជាក់ថ្នាក់រាជធានី-ខេត្ត **៥-** ការអនុវត្តត្រូវពិនិត្យ តាមដាន និងវាយតម្លៃលទ្ធផលសម្រេចបានជារៀងរាល់ខែ។ **សមាសភាគទី២: ការបណ្តុះបណ្តាល ការផ្សព្វផ្សាយ និងបញ្ជ្រាបការយល់ដឹងជាសាធារណៈ** **៦-** ការកសាងសមត្ថភាពសម្រាប់មន្ត្រីបច្ចេកទេស សម្រាប់ការអនុវត្តជាក់ស្តែងនៅថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់ក្រោមជាតិ **៧-** ការផ្សព្វផ្សាយអំពី "**វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍**" ក្នុងទម្រង់ជាវីដេអូខ្លី (១៤ វីដេអូឃ្លីប) អត្ថបទផ្សព្វផ្សាយ ឬកិច្ចសម្ភាសខ្លីៗ តាមទូរទស្សន៍ និងបណ្តាញសង្គម បទយកការណ៍ ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងនូវឧទាហរណ៍អំពីការអនុវត្តជាក់ស្តែង បណ្ណផ្សព្វផ្សាយ និងផលិត Spot អប់រំនានា **សមាសភាគទី៣: ការពិនិត្យ និងផ្តល់ឡាបិលបញ្ជាក់** **៨.** ការត្រួតពិនិត្យអាជីវកម្មទេសចរណ៍ទាំងអស់នៅរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ **សមាសភាគទី៤: ការគាំទ្រដោយបច្ចេកវិទ្យា** **៩.** ការរៀបចំបង្កើតប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងទិន្នន័យភ្ញៀវតាមប្រព័ន្ធអនឡាញសម្រាប់សេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ www.accommodationregistrat.net **១០.** ការរៀបចំបង្កើតប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងទិន្នន័យភ្ញៀវតាមប្រព័ន្ធ Telegram BOT នៅតាមអាជីវកម្មទេសចរណ៍។
ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷ គម្រោងនេះ មិនមានផ្តល់នូវផលប៉ះពាល់ដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។	**លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង÷** គម្រោងនេះនឹងជំរុញឱ្យគ្រប់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ទាំងអស់អនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍។

	រយៈពេល៖ អនុវត្តគម្រោង**រយៈពេលខ្លី និងមធ្យម (២០២០-២០២៣)** ដោយអគ្គនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍។	**ថវិកានៃគម្រោង៖** គម្រោងនេះប្រើប្រាស់ថវិកាសរុបប្រមាណ **៤០ម៉ឺនដុល្លារអាមេរិក**។

គម្រោងទី៣: គម្រោង "យុទ្ធនាការអក្ខរកម្មឌីជីថល និងជំនាញឌីជីថលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ (២០២១-២០២៥)"

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: គាំពារ និងលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

ល.រ.	ចំណងជើងគម្រោង	ភាគីពាក់ព័ន្ធ	ប្រភពថវិកា	អាទិភាពនៃពេលវេលា
គ.៣	យុទ្ធនាការអក្ខរកម្មឌីជីថល និងជំនាញឌីជីថលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ (២០២១-២០២៥)	ប្រជាពលរដ្ឋ មន្ត្រីរាជការ បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ យុវជន សិស្ស-និស្សិត សាស្ត្រាចារ្យ អ្នកជំនាញ និងសហគមន៍ទេសចរណ៍	រដ្ឋ និងឯកជន	អាទិភាព១ ២ និង ៣

ទីតាំងគម្រោង	ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង
រាជធានី-ខេត្ត	• ក្រសួងទេសចរណ៍ • ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ • ក្រសួងប្រៃសណីយ៍និងទូរគមនាគមន៍ • មជ្ឈមណ្ឌលម្ពុជា ៤.០ • រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត • វិស័យឯកជន • សហភាពសហព័ន្ធយុវជនកម្ពុជា

វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷

ធ្វើយុទ្ធនាការអក្ខរកម្មឌីជីថល និងជំនាញឌីជីថលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ រួមមាន÷

១- កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល មានដូចជាការបណ្តុះបណ្តាលអចល័ត បណ្តុះបណ្តាលចល័ត បណ្តុះបណ្តាលក្នុងក្រុមហ៊ុន បណ្តុះ-បណ្តាលនៅកន្លែងធ្វើការ អមជាមួយនឹងកម្មវិធីទស្សនកិច្ចសិក្សា និងកម្មសិក្សាតាមក្រុមហ៊ុន

២- ពង្រឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសេវាទូរគមនាគមន៍ និងសេវាអ៊ីនធឺណិតឱ្យមាននៅទីតាំងសាធារណៈ ទីប្រជុំជន ទីតាំងបណ្តុះ-បណ្តាល និងនៅតាមប៉ូលទេសចរណ៍

៣- ពង្រីកការផ្តល់សេវាកម្មអ៊ីនធឺណិតល្បឿនលឿន (Broadband) នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាព

៤- បង្កើតកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល E-Learning តាមគេហទំព័រ និងកម្មវិធីទូរសព្ទ។ល។

៥- សហការជាមួយស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាលជំនាញឌីជីថល និងដៃគូពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត។

សាវតា÷

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានកំណត់នៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណដំណាក់កាលទី៤ នៃរដ្ឋសភាអណត្តិទី៦ នេះ ក្នុងការត្រៀមលក្ខណៈសម្បត្តិសម្របខ្លួននឹងបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤ ខណៈដែលបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤ កំពុងបង្ហាញពីការរីកចម្រើននៃបច្ចេកវិទ្យានៅក្នុងពិភពលោក ដែលជះឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងលើការកំណត់ឡើងវិញនូវកត្តាផលិតកម្ម ឥរិយាបថការប្រើប្រាស់ និងរចនាសម្ព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ច ដូចជាការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា បញ្ញា-សិប្បនិមិត្ត (AI) ប្រើប្រាស់មនុស្សយន្ត (Robot) ការបោះពុម្ព 3D។ល។ ដែលបច្ចេកវិទ្យា

សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង÷

១- បណ្តុះបណ្តាលគ្រូបង្គោល និងជនបង្គោលលើកម្មវិធី និងជំនាញឌីជីថល

២- តម្រូវការរថយន្តសម្រាប់អនុវត្តការបណ្តុះបណ្តាលចល័តតាមរាជធានី-ខេត្តគោលដៅ

៣- ការបណ្តុះបណ្តាលអាចធ្វើឡើងទៅតាមប្រភេទ ឬក្រុមអ្នកសិក្សា ដូចជាកម្មវិធីអក្ខរកម្មឌីជីថលសម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋ មន្ត្រីរាជការ បុគ្គលិកក្រុមហ៊ុន និងអង្គការ អាជីវករ និស្សិត សិស្ស និងពង្រឹងជំនាញឌីជីថលសម្រាប់អ្នកជំនាញ បច្ចេកវិទ្យា សាស្ត្រាចារ្យ គ្រូបង្រៀន និងអ្នកស្រាវជ្រាវ។ល។

<table>
<tr>
<td>ទាំងនេះ បានធ្វើឱ្យមានការផ្លាស់ប្ដូរយ៉ាងលឿនក្នុងល្បឿនមួយ ដែលមិនធ្លាប់មានពីមុនមកក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។

ដោយឡែក នៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍យើងត្រូវគិតគូរអំពីគំរូអាជីវកម្មប្រភេទថ្មី ដើម្បីសម្របទៅតាមស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម ជាក់ស្ដែង ដោយក្នុងនោះ ទី១)-អាជីវកម្មអាចអនុវត្តដំណោះស្រាយឌីជីថល តាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាជាជំនួយ និង ទី២)-ត្រូវពង្រឹងសមត្ថភាព និងគុណភាព ពិសេសការបង្កើនផលិតភាព ដើម្បីត្រៀមខ្លួនរួចជាស្រេចសម្រាប់ការប្រកួតប្រជែងកាន់តែស្រួចស្រាល់ ទីផ្សារកាន់តែរួមចង្អៀត ហើយខ្សែចង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់កាន់តែបង្រួមខ្លី។

ដើម្បីជំរុញ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងការស្តារឡើងវិញ និងការរៀបចំឆ្ពោះទៅអនាគតថ្មី ក្រសួងទេសចរណ៍នឹងដាក់ចេញនូវយុទ្ធនាការអក្ខរកម្មឌីជីថល និងយុទ្ធនាការជំនាញឌីជីថល (២០២១-២០២៥)។</td>
<td colspan="2">៤- សិក្ខាសាលា វេទិកា ឬ កម្មវិធីប្រឹក្សាយោបល់ពាក់ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល ក៏នឹងត្រូវរៀបចំឡើង ដើម្បីជំរុញការចែករំលែកចំណេះដឹង បទពិសោធន៍ពាក់ព័ន្ធនឹងការប្រើប្រាស់កម្មវិធីឌីជីថល និងការវិវត្តនៃបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល
៥- កម្មវិធីបញ្ជ្រាបការយល់ដឹង និងផ្សព្វផ្សាយអំពីបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលផ្សេងៗតាមគ្រប់មធ្យោបាយ ដូចជា Facebook, Twitter, Youtube ឬ ការបង្ហាញក្នុងពិពណ៌អប់រំ តាមទូរទស្សន៍ ឬបណ្ដាញឌីជីថលផ្សេងៗ
៦- រៀបចំកម្មវិធីប្រកួតប្រជែងធុរកិច្ចថ្មីៗ (Startups) ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងការផ្តល់មូលនិធិក្នុងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មី
៧- រៀបចំប្រព័ន្ធសិក្សា និងស្វ័យសិក្សាអក្ខរកម្មឌីជីថល និងជំនាញឌីជីថលអនឡាញ និងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងការបណ្ដុះបណ្ដាលអក្ខរកម្មឌីជីថល
៨- ដាក់ចេញយុទ្ធនាការអក្ខរកម្មឌីជីថល និងជំនាញឌីជីថលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។</td>
</tr>
<tr>
<td>គោលបំណង÷
• លើកកម្ពស់សមត្ថភាពឌីជីថលរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ បុគ្គលិក មន្ត្រី សហគ្រិន អាជីវករ កម្មករ សិស្ស-និស្សិត និងយុវជនកម្ពុជា ចូលរួមអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជាឆ្ពោះទៅសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងគាំទ្រការអនុវត្តរបៀបវារៈនៃគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព (SDGs) ឆ្នាំ២០៣០ និងយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណដំណាក់កាលទី៤ នៃរដ្ឋសភា
• បង្កើនសមត្ថភាព និងផលិតភាពសម្រាប់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ ដើម្បីប្រកួតប្រជែងក្នុងបរិបទថ្មី (ក្រោយកូវីដ-១៩)។</td>
<td colspan="2">លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង÷
១- បង្កើនភាពប្រកួតប្រជែងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍
២- សមាហរណកម្មវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងបរិបទនៃឧស្សាហកម្ម ៤.០
៣- បង្កើនសមត្ថភាពឌីជីថលរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ មន្ត្រីរាជការ បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ យុវជន-សិស្សនិស្សិត សាស្ត្រាចារ្យ អ្នកជំនាញ និងសហគមន៍ទេសចរណ៍
៤- "ឆ្ពោះទៅឆ្នាំ ២០២៥: បុគ្គលិកក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ចំនួនប្រមាណ ៤០ម៉ឺននាក់ (៥០% នៃកម្លាំងពលកម្មក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍) និងទទួលបានការបណ្ដុះបណ្ដាល ជំនាញឌីជីថលយ៉ាងហោចណាស់កម្រិតមូលដ្ឋាន" ក្នុងនោះ÷
• ២ម៉ឺននាក់ ឆ្នាំ២០២១
• ៨ម៉ឺននាក់ ឆ្នាំ២០២២
• ១០ម៉ឺននាក់ ឆ្នាំ២០២៣
• ១០ម៉ឺននាក់ ឆ្នាំ២០២៤
• ១០ម៉ឺននាក់ ឆ្នាំ២០២៥។</td>
</tr>
<tr>
<td>ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷
គម្រោងនេះជួយកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់វិជ្ជមានដល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គមតាម</td>
<td>រយៈពេល÷</td>
<td>ថវិកានៃគម្រោង÷
គម្រោងនេះប្រើប្រាស់ថវិកាប្រមាណ ÷</td>
</tr>
</table>

រយៈបង្កើនការយល់ដឹងពីបរិស្ថានដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធឌីជីថល។	អនុវត្តរយៈពេលខ្លី មធ្យម និងវែង (២០២១-២០២៥) ដោយក្រសួងទេសចរណ៍ ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ ក្រសួងប្រៃសណីយ៍និងទូរគមនាគមន៍ រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត មជ្ឈមណ្ឌលកម្ពុជា ៤.០ សហភាពសហព័ន្ធយុវជនកម្ពុជា និងផ្នែកឯកជន។	• **៣០ម៉ឺនដុល្លារអាមេរិកនៅឆ្នាំ២០២១** • **១លានដុល្លារអាមេរិកនៅឆ្នាំ២០២២** • **១,៥លានដុល្លារអាមេរិកនៅឆ្នាំ២០២៣** • **១,៥លានដុល្លារអាមេរិកនៅឆ្នាំ២០២៤** • **១,៥លានដុល្លារអាមេរិកនៅឆ្នាំ២០២៥** (បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកមួយនាក់ចំណាយ ១៥ដុល្លារ)

គម្រោងទី៤: “គម្រោងកាត់បន្ថយភាពខ្លះខ្លាយសេដ្ឋកិច្ចពីវិស័យទេសចរណ៍”

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: គាំពារ និងលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

ល.រ.	ចំណងជើងគម្រោង	ភាគីពាក់ព័ន្ធ	ប្រភពថវិកា	អាទិភាពនៃពេលវេលា
គ.៤	គម្រោងកាត់បន្ថយភាពខ្លះខ្លាយសេដ្ឋកិច្ចពីវិស័យទេសចរណ៍	ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន	រដ្ឋ និងដៃគូអភិវឌ្ឍ	អាទិភាព១ ,២ និង ៣

ទីតាំងគម្រោង	ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង	វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷
រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ	• ក្រសួងទេសចរណ៍, • ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ, • ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍, • ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ • រដ្ឋបាលរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ • សិប្បករ និងកសិករ, • ដៃគូអភិវឌ្ឍ, • ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ (សណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ...)	១- បង្កើតអន្តរការីសម្របសម្រួល និងផ្គូរផ្គងរវាងប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងអ្នកផលិតក្នុងស្រុក ២- បង្កើតបណ្តាញសិប្បករ និងកសិករដែលមានស្នាដៃផ្តើមទទួលបានស្លាកសញ្ញាទេសចរណ៍បៃតង និងច្នៃប្រឌិត ៣- បង្កើតឡាបិលប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក (កើ្ត) ៤- កំណត់អត្តសញ្ញាណដៃគូសក្តានុពលដែលជាតួអង្គសំខាន់ៗក្នុងគម្រោងនេះ (សហគមន៍ជនបទ អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល។ល។) ៥- ពង្រីកគម្រោងខ្សែក្រវាត់បៃតង ក្នុងបណ្តាស្រុកផ្សេងៗទៀត ៦- បង្កើតថ្នាលឌីជីថលដើម្បីតភ្ជាប់រវាងតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលក្នុងស្រុក ៧- ពិនិត្យតាមដានទីផ្សារតាមរយៈថ្នាលឌីជីថល ៨- ផ្សព្វផ្សាយ និងអភិវឌ្ឍន៍ម៉ាកផលិតផល តាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាល ការផ្ទេរបច្ចេកវិទ្យា ការផ្តល់យោបល់ការគាំទ្រកសិករ និងសិប្បករក្នុងសកម្មភាពរបស់ពួកគេ ធានានូវគុណភាពនៃផលិតផល និងសកម្មភាពជួយក្នុងការជំរុញ និងលើកកម្ពស់ម៉ាកផលិតផលក្នុងស្រុក។ល។ ៩- សកម្មភាពទំនាក់ទំនងនៅថ្នាក់ជាតិ និងអន្តរជាតិ ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍ម៉ាកផលិតផល ក្នុងនោះត្រូវជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំងរង្វាន់ **សម្តេចតេជោនាយករដ្ឋមន្ត្រី** សម្រាប់ធុរកិច្ចបៃតងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដែលមានស្តង់ដាផ្តើមប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក។

<table>
<tr>
<td>សាវតារ÷
ផ្អែកតាមគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាក្នុងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាត្រូវបានចាត់ទុកថាបានកំពុងដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការលើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ការទាញយកផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច-សង្គមពីវិស័យទេសចរណ៍ នៅមានកម្រិតនៅឡើយ ក្នុងនោះភាពផ្ទុះធ្លាយសេដ្ឋកិច្ចមានក្នុងរង្វង់ប្រមាណ (៣០%-៣៥%) នៅឡើយ។ ផ្ទុយទៅវិញ ខេត្តសៀមរាប ខេត្តព្រះសីហនុ និងរាជធានីភ្នំពេញមានសក្តានុពលជាច្រើន ដែលអាចរៀបចំ ឬ អភិវឌ្ឍន៍ឡើង ដើម្បីទាញយកផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមពីវិស័យទេសចរណ៍ តាមរយៈការបង្កើតអន្តរសកម្មរវាងវិស័យទេសចរណ៍ កសិកម្ម សិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ និងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត។</td>
<td colspan="2">សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង÷
១- ជំរុញការប្រើប្រាស់ផលិតផលកសិកម្មក្នុងស្រុកបម្រើឱ្យឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍កម្ពុជា តាមរយៈការធានាឱ្យមានការផ្គត់ផ្គង់ក្នុងស្រុក ប្រកបដោយគុណភាព ជឿជាក់ និងចីរភាព
២- លើកកម្ពស់សិប្បកម្មកែច្នៃ និងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត បម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ (ពិសេសវត្ថុអនុស្សាវរីយ)
៣- លើកកម្ពស់វិស័យឧស្សាហកម្មម្ហូបអាហាររបស់ប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋានបម្រើឱ្យភ្ញៀវទេសចរ
៤- លើកកម្ពស់ការផ្តល់ការស្នាក់នៅតាមផ្ទះប្រជាពលរដ្ឋ និងផ្ទះសហគមន៍
៥- បង្កើតឡាបិលគុណភាពសម្រាប់ផលិតផលក្នុងស្រុក (កើរ្តិ៍)
៦- ជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំងរង្វាន់ សម្តេចតេជោនាយករដ្ឋមន្ត្រី សម្រាប់ធុរកិច្ចបៃតងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដែលមានស្នាដៃឆ្នើមក្នុងការជំរុញផលិតផលក្នុងស្រុក។</td>
</tr>
<tr>
<td>គោលបំណង÷
គម្រោងនេះនឹងបង្កើនអត្ថប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច-សង្គមពីវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យបានជាអតិបរមា÷
• ការបង្កើតខ្សែក្រវាត់បៃតង
• ការផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដល់ប្រជាជននៅតំបន់ជនបទតាមរយៈឥទ្ធិពលសេដ្ឋកិច្ចពីវិស័យទេសចរណ៍
• បង្កើតអន្តរសកម្មរវាងវិស័យទេសចរណ៍ កសិកម្ម សិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ និងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត។</td>
<td colspan="2">លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង÷
១- បង្កើនប្រាក់ចំណូលដល់ប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន តាមរយៈការប្រកបរបរបម្រើឱ្យភ្ញៀវទេសចរ
២- បង្កើនការពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរបន្ថែមទៀត តាមរយៈការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក
៣- លើកកម្ពស់ភាពច្នៃប្រឌិត នវានុវត្តន៍ និងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត
៤- អភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន ដែលចូលរួមបង្កើនចំណែកនៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប ខេត្តព្រះសីហនុ និងរាជធានីភ្នំពេញ។</td>
</tr>
<tr>
<td>ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷
គម្រោងនេះ មិនមានផ្តល់នូវផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។</td>
<td rowspan="2">រយៈពេល÷
អនុវត្តរយៈពេលខ្លី មធ្យម និងវែង (២០២១-២០២៥) ដោយសហការជាមួយប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ សហគមន៍ជនបទ និងដៃគូអភិវឌ្ឍ។</td>
<td rowspan="2">ថវិកានៃគម្រោង÷
គម្រោងនេះប្រើប្រាស់ថវិកាសរុបប្រមាណ ១,៥ លានដុល្លារអាម៉េរិក។</td>
</tr>
<tr>
<td>គម្រោងពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត÷
១- ចលនាប្រឡងប្រណាំងរង្វាន់ សម្តេចតេជោនាយករដ្ឋមន្ត្រី សម្រាប់ធុរកិច្ចបៃតងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដែលមានស្នាដៃឆ្នើម ក្នុងការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក
២- គម្រោងខ្សែក្រវាត់បៃតងក្នុងស្រុកបន្ទាយស្រី តំបន់អង្គរ GIZ។ល។</td>
</tr>
</table>

គម្រោងទី៥: “គម្រោងបង្កើតសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ (ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តមណ្ឌលគិរី)”

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: គាំពារ និងលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

<table>
<tr><th>ល.រ.</th><th colspan="2">ចំណងជើងគម្រោង</th><th>ភាគីពាក់ព័ន្ធ</th><th>ប្រភពថវិកា</th><th>អាទិភាពនៃពេលវេលា</th></tr>
<tr><td>គ.៥</td><td colspan="2">គម្រោងបង្កើតសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ (ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តមណ្ឌលគិរី)</td><td>ប្រជាពលរដ្ឋ ភ្ញៀវទេសចរ និង ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍</td><td>រដ្ឋ</td><td>អាទិភាព២ និង៣</td></tr>
<tr><th colspan="2">ទីតាំងគម្រោង</th><th>ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង</th><td colspan="3" rowspan="2">វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត៖
១- បង្កើតសាលាជាតិបណ្តុះបណ្តាលសមត្ថភាពជំនាញវិជ្ជាជីវៈប្រកបដោយគុណភាពខ្ពស់នៅខេត្តសៀមរាប និងមណ្ឌលគិរី
២- កំណត់អត្តសញ្ញាណតួអង្គដៃគូសក្តានុពលសម្រាប់ដំណើរការសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍
៣- ប៉ាន់ប្រមាណតម្លៃ និងលទ្ធភាពប្រតិបត្តិការរបស់សាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍
៤- ស្វែងរកដៃគូសហការលើដំណើរការសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ (ទាំងបច្ចេកទេស និងហិរញ្ញវត្ថុ)។</td></tr>
<tr><td colspan="2">តំបន់បុរីទេសចរណ៍វប្បធម៌ (ទីក្រុងសៀមរាប) និងខេត្តមណ្ឌលគិរី</td><td>• ក្រសួងទេសចរណ៍
• ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ
• សាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍</td></tr>
<tr><td colspan="3">សាវតារ៖
បច្ចុប្បន្នមានសាលាវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ពាក់ព័ន្ធ ដូចជា៖
• អង្គការបណ្តុះបណ្តាលបដិសណ្ឋារកិច្ច និងទេសចរណ៍ អេកបក់ (EGBOK)
• វិទ្យាស្ថានពហុបច្ចេកទេសភូមិភាគតេជោសែនសៀមរាប
• សកលវិទ្យាល័យ Southeast Asia ខេត្តសៀមរាប
• សាលាសណ្ឋាគារ សាលាបាយ
• សាលាសណ្ឋាគារ និងទេសចរណ៍ ប៉ូល ឌុយ ប្រ៊ូល
• មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាល ឡើម
• អង្គការដើម្បីភាពញញឹមនៃកុមារ (PSE)
ប៉ុន្តែការផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលដោយមជ្ឈមណ្ឌល/សាលាបណ្តុះបណ្តាលខាងលើមិនទាន់ឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការទីផ្សារការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបនៅឡើយ និងពិសេសនៅខេត្តមណ្ឌលគិរីគឺនៅខ្វះខាតសាលាបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅឡើយ។</td><td colspan="3">សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង៖
អនុវត្តតាមស្មារតីនៃអនុក្រឹត្យលេខ ១៤៨ អនក្រ បក.ចុះថ្ងៃទី២២ ខែតុលា ឆ្នាំ២០១៥ ស្តីពី ការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅនៃសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍៖
១- រៀបចំហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្នែកទន់ លើការរៀបចំសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍៖
• រៀបចំកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលថ្នាក់ជាតិ និងអាស៊ានដែលឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការ
• កំណត់គំរូសេដ្ឋកិច្ចរបស់សាលា (ថ្លៃសាលាតាមកម្រិត ថវិកាសាធារណៈ សកម្មភាពបង្កើតចំណូល រំហូរប្រចាំឆ្នាំនៃនិស្សិត ចំនួនគ្រូបណ្តុះបណ្តាលដែលត្រូវជ្រើសរើស។ល។) និងកំណត់តម្រូវការថវិកាបន្តបន្ទាប់
• រៀបចំអភិបាលកិច្ចរបស់សាលា
• ការរៀបចំរចនាអគារ និងបញ្ជីឧបករណ៍ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការបណ្តុះបណ្តាល
២- រៀបចំហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្នែករឹង (សាងសង់សាលា) ដោយត្រូវការអនុលោមតាមប្លង់ស្ថាបត្យកម្ម។</td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>គោលបំណង÷
ការបង្កើតសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍មានគោលបំណង÷
– សាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ ដើរតួនាទីសំខាន់សម្រាប់ឆ្លើយតបទៅនឹងកំណើនតម្រូវការធនធានមនុស្សនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ជាពិសេសបណ្តុះបណ្តាល និងពង្រឹងសមត្ថភាពយុវជនកម្ពុជា និងផ្តល់ឱកាសដល់យុវជនកម្ពុជា (ពិសេសយុវជនក្រីក្រ) សម្រាប់កសាងអនាគតរបស់ខ្លួន តាមរយៈការចាប់យកអាជីពជាអ្នកជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ទាំងក្នុងប្រទេស និងការបម្លាស់ទីនៅក្នុងតំបន់អាស៊ាន ដែលជាកត្តាមួយចូលរួមដល់ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ
– សាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ត្រូវផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលប្រកបដោយគុណភាព ស្របតាមស្តង់ដាកម្មវិធីសិក្សា និងក្របខ័ណ្ឌគុណវុឌ្ឍិថ្នាក់ជាតិ និងអាស៊ាន
– ផ្តល់ឱកាសឱ្យមានការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ដែលមានតម្លៃសមរម្យដល់យុវជន សិស្សនិស្សិតក្រីក្រទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈស្របតាមទស្សនៈ "ការអប់រំសម្រាប់ទាំងអស់គ្នា"
– ពង្រឹងការផ្គត់ផ្គង់នូវការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចុប្បន្នទាក់ទងនឹងសមត្ថភាព
– បង្កើតវគ្គបណ្តុះបណ្តាលថ្មីៗស្របតាមវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ក្នុងបរិបទថ្មី
– អភិវឌ្ឍន៍ជំនាញក្នុងវិស័យទេសចរណ៍
– ពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍ក្នុងគោលបំណងកែលម្អការពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរ។</td>
<td colspan="2">លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង÷
១- ផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលប្រកបដោយគុណភាពស្របតាមស្តង់ដាកម្មវិធីសិក្សា និងក្របខ័ណ្ឌគុណវុឌ្ឍិថ្នាក់ជាតិ និងអាស៊ាន និងបង្កើតឱ្យបានធនធានប្រកបដោយសមត្ថភាពជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការភ្ញៀវទេសចរនៅឆ្នាំ ២០៣៥ (ទេសចរណ៍គុណភាព)
២- អាចផ្តល់ឱកាសឱ្យយុវជន សិស្ស និស្សិត គ្រប់ស្រទាប់ (រួមទាំងយុវជនក្រីក្រអាចទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលក្នុងតម្លៃសមរម្យ)។</td>
</tr>
<tr>
<td>ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷
គម្រោងនេះ មិនមានផ្តល់នូវផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។</td>
<td rowspan="2">រយៈពេល÷
អនុវត្តរយៈពេលមធ្យម និងវែង (២០២៣-២០២៥) ដោយក្រសួងទេសចរណ៍ និងសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍។</td>
<td rowspan="2">ថវិកានៃគម្រោង÷
គម្រោងនេះប្រើប្រាស់ថវិកាសរុបប្រមាណ ១២លានដុល្លារអាម៉េរិក។</td>
</tr>
<tr>
<td>ហេតុផល÷
តម្រូវការបង្កើតសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប និងខេត្តមណ្ឌលគីរីនេះ គឺអនុលោមតាមផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប (២០២១-២០៣៥) និងផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តមណ្ឌលគីរី (២០២១-២០៣៥)។</td>
</tr>
</table>

គម្រោងទី៦: "គម្រោងរៀបចំបង្កើតគណនីទេសចរណ៍រណប (TSA)"

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: គាំពារ និងលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ច និងការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

ល.រ.	ចំណងជើងគម្រោង	ភាគីពាក់ព័ន្ធ	ប្រភពថវិកា	អាទិភាពនៃពេលវេលា
គ.៦	**គម្រោងរៀបចំបង្កើតគណនីទេសចរណ៍រណប (TSA)**	ភ្ញៀវទេសចរ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ សេវាកម្មទេសចរណ៍ ក្រសួងទេសចរណ៍ រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត និងអង្គការដៃគូ	រដ្ឋ	អាទិភាព១ ២ និង ៣

ទីតាំងគម្រោង	ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង	វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷
រាជធានី-ខេត្ត	• ក្រសួងទេសចរណ៍ • សមាគមទេសចរណ៍ • ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ • ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍	១- ក្រសួងទេសចរណ៍ទទួលខុសត្រូវក្នុងការអនុវត្តគម្រោងដោយសហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ២- បង្កើតរចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងគណនីទេសចរណ៍រណប ៣- រៀបចំវិធីសាស្ត្រ និងនិតិវិធីអនុវត្តគណនីទេសចរណ៍រណប ៤- ដាក់ឱ្យអនុវត្តសកម្មភាពនានានៃគណនីទេសចរណ៍រណប ៥- រៀបចំយន្តការគាំទ្រ និងតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ។

សាវតារ÷	សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង÷
បច្ចុប្បន្នមានការប្រមូលទិន្នន័យ ស្ថិតិទេសចរណ៍អន្តរជាតិ តាមច្រកទ្វារអន្តរជាតិ អនុវត្តដោយអគ្គនាយកដ្ឋានអន្តោប្រវេសន៍ ប៉ុន្តែសម្រាប់ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង មិនទាន់មានការប្រមូលច្បាស់លាស់នៅឡើយ។ ការប្រមូលទិន្នន័យធ្វើឡើងម្តងម្កាលពេលបុណ្យទានម្តងៗ ដោយមន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត ដូចនេះដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យច្បាស់លាស់ ត្រូវរៀបចំឱ្យមានការគ្រប់គ្រង និងប្រមូលទិន្នន័យ ដោយមានរចនាសម្ព័ន្ធច្បាស់លាស់ ឱ្យបានទៀងទាត់និងត្រឹមត្រូវ អំពីនិន្នាការទេសចរណ៍ ទិន្នន័យទេសចរណ៍ ដើម្បីរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងអភិវឌ្ឍន៍ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។	១- ផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាល និងជំនួយបច្ចេកទេសក្នុងការបង្កើត និងអនុវត្តការងាររបស់គណនីទេសចរណ៍រណប ២- ធ្វើការពិគ្រោះយោបល់លម្អិតជាមួយអ្នកជំនាញការ និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធដោយផ្ទាល់ដើម្បីពិនិត្យឡើងវិញនូវស្ថានភាពទេសចរណ៍ និងទិន្នន័យទាក់ទងនឹងទេសចរណ៍នាពេលបច្ចុប្បន្នដែលអាចរកបានសម្រាប់ការចងក្រងប្រព័ន្ធ ៣- ផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាល និងជំនួយបច្ចេកទេសក្នុងការបង្កើត និងអនុវត្តការស្ទង់មតិផ្សេងៗ ដែលចាំបាច់ត្រូវធ្វើ ដើម្បីទទួលបានទិន្នន័យបឋមដែលឆ្លើយតបនឹងចន្លោះប្រហោងទិន្នន័យដែលបានកំណត់ ៤- ផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់ដល់អ្នកពាក់ព័ន្ធ និងមន្ត្រី ក្នុងការចងក្រងប្រព័ន្ធទិន្នន័យ ទាំងនេះអាចរួមបញ្ចូលសិក្ខាសាលាបណ្តុះបណ្តាលស្តីពីការរៀបចំប្រព័ន្ធគណនីទេសចរណ៍រណប ៥- រៀបចំវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយទិន្នន័យស្ថិតិតាមរយៈ ព្រឹត្តិបត្រព័ត៌មានប្រចាំខែ របាយការណ៍ស្ថិតិ ក្រាហ្វិក និង ព័ត៌មានតាមអ៊ីនធឺណិតដើម្បីជួយទាំងវិស័យសាធារណៈ និងឯកជនឱ្យយល់អំពីស្ថានភាពនៃវិស័យទេសចរណ៍។

	ទស្សនៈនេះបង្ហាញថា ការយល់ដឹងពីទេសចរណ៍ និងសកម្មភាពទេសចរណ៍កាន់តែច្រើន ការគាំទ្រដែលអាចទទួលបានពីរដ្ឋាភិបាលនិងវិស័យឯកជននឹងកើនឡើងដើម្បីផ្តល់មូលនិធិសម្រាប់គោលបំណងស្ថិតិទេសចរណ៍។	
គោលបំណង÷ ការរៀបបង្កើតគណនីទេសចរណ៍រណប មានគោលបំណង ផ្តល់ព័ត៌មានទេសចរណ៍សំខាន់ៗ និងចាំបាច់ពីភ្ញៀវទេសចរ ផលិតផលទេសចរណ៍ សេវាកម្មទេសចរណ៍ បទពិសោធន៍ និងពិសេសការវិភាគទិន្នន័យទេសចរណ៍ ដើម្បីបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ និងក៏ដូចជាការផ្តល់ជាមូលដ្ឋានដល់ការសម្រេចចិត្តជម្រើសជាយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព។	**លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង÷** **១-** សមត្ថភាពរបស់មន្ត្រី និងបុគ្គលិករបស់គណនីទេសចរណ៍រណប និងអ្នកបច្ចេកទេសពីស្ថាប័នផ្សេងៗសម្រាប់ទទួលខុសត្រូវក្នុងការប្រមូល វិភាគ និងចងក្រងទិន្នន័យបឋមទាំងផ្នែកតម្រូវការ និងផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដើម្បីកែលម្អ និងពង្រឹងប្រព័ន្ធស្ថិតិទេសចរណ៍ជាតិ **២-** ទទួលបានទិន្នន័យស្ថិតិទេសចរណ៍តាមគោលដៅទេសចរណ៍ជាប្រព័ន្ធ និងជាប្រចាំ សម្រាប់តាមដានការវិវត្តនៃវិស័យទេសចរណ៍គោលដៅ **៣-** ចូលរួមដល់ការសម្រេចចិត្តដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍កម្រិតថ្នាក់ជាតិក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។	
ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷ គម្រោងនេះ មិនមានផ្តល់នូវផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។	**រយៈពេល÷** អនុវត្ត**រយៈពេលខ្លី មធ្យម និងវែង (២០២១-២០២៤)** ដោយក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយស្ថាប័ន-ក្រសួងពាក់ព័ន្ធ។	**ថវិកានៃគម្រោង÷** គម្រោងនេះប្រើប្រាស់ថវិកាសរុបប្រមាណ **១លានដុល្លារអាម៉េរិក**។

១.២- លើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

គម្រោងទី៧: “សិក្សាលទ្ធភាពរៀបចំតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ: គោលដៅទេសចរណ៍បែបឆ្លាតវៃ-Smart Destination”

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: លើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

<table>
<tr><th>ល.រ.</th><th colspan="2">ចំណងជើងគម្រោង</th><th>ភាគីពាក់ព័ន្ធ</th><th>ប្រភពថវិកា</th><th>អាទិភាពនៃពេលវេលា</th></tr>
<tr><td>គ.៧</td><td colspan="2">សិក្សាលទ្ធភាពរៀបចំតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ : គោលដៅទេសចរណ៍បែបឆ្លាតវៃ-Smart Destination</td><td>ភ្ញៀវទេសចរ បុគ្គលិកគ្រប់គ្រងនៅតំបន់អង្គរ</td><td>រដ្ឋ</td><td>អាទិភាព១ និង ២</td></tr>
<tr><th>ទីតាំងគម្រោង</th><th>ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង</th><td colspan="4" rowspan="2">វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷
១- សិក្សារៀបចំសម្បទាទ្រទ្រង់បណ្ដាញ និងប្រព័ន្ធទូរគមនាគមន៍នៅតំបន់អង្គរវត្ត
២- ជ្រើសរើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មបច្ចេកវិទ្យាទំនើបនេះ
៣- ដាក់ឱ្យដំណើរការគម្រោងបច្ចេកវិទ្យាផ្សេងៗ និងជំរុញការគ្រប់គ្រង និងផ្ដល់សេវាដល់ភ្ញៀវទេសចរជាក់ស្ដែង ដូចជាការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាដើម្បីសម្រួលវិហូរភ្ញៀវ និងគ្រប់គ្រងសមត្ថភាពផ្ទុកភ្ញៀវទេសចរមកកាន់ប្រាសាទនីមួយៗ ដែលមានសកម្មភាពអនុវត្តរួមមាន÷
• ទិញ ឬជួលគ្រឿងបរិក្ខារ (E-Gate) សម្រាប់គ្រប់គ្រងវិហូរភ្ញៀវនៅតាមប្រាសាទនីមួយៗ
• ការបំពាក់មគ្គុទ្ទេសក៍សំឡេងតាមទូរសព្ទដៃឆ្លាត ឬ TABLET ជាភាសាខ្មែរ និងភាសាបរទេសនៅតាមប្រាសាទមួយចំនួន (ដោយប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល AR/VR;...)</td></tr>
<tr><td>តំបន់អង្គរ (ខេត្តសៀមរាប)</td><td>• អាជ្ញាធរជាតិអប្សរា
• គ្រឹះស្ថានអង្គរ
• ក្រសួងទេសចរណ៍
• ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍</td></tr>
<tr><td colspan="3">សារៈតារ÷
ដើម្បីឱ្យតំបន់អង្គរក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍បែបឆ្លាតវៃគឺត្រូវចេះកែច្នៃផលិតផលទេសចរណ៍តាមរយៈបច្ចេកវិទ្យា និងដើម្បីទាក់ទាញទេសចរណ៍ថ្មីៗ ជាពិសេសទាក់ទាញទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់ ឱ្យត្រឡប់មកជាលើកទី២ និងបន្តបន្ទាប់ទៀតគឺជាការសំខាន់។ ជាមួយការវិវត្តយ៉ាងលឿនផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា បានផ្ដល់ឱកាសដល់ភ្ញៀវទេសចរ ដែលជាអ្នកប្រើប្រាស់សេវាកម្មទេសចរណ៍អាចផ្ដល់នូវការពេញចិត្តភ្លាមៗ និងស្របទៅតាមបុគ្គលិកលក្ខណៈពិសេសរៀងៗខ្លួន ដើម្បីបម្រើសេវាឱ្យទាន់សភាពការណ៍ ព្រោះថាការរីកលូតលាស់</td><td colspan="3">សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង÷
១- ការរៀបចំដាក់ផ្ទាំងបង្ហាញចំនួនភ្ញៀវទេសចរ (Outdoor Eco-meter LED Display) នៅបរិវេណមុខប្រាសាទអង្គរវត្ត ប្រាសាទបាយ័ន និងប្រាសាទតាព្រហ្ម និងកម្មវិធីទូរសព្ទ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ
២- ការរៀបចំសម្បទាបច្ចេកវិទ្យា ដូចជាការរៀបចំមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ (Parvis) សម្រាប់គោលដៅទេសចរណ៍វប្បធម៌ ពិសេសប្រាសាទអង្គរវត្ត និងការស្ថាបនាសារមន្ទីរទំនើបមាន (Virtual Reality Theatre) នៅមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ ឬទីតាំងមុនចូលទស្សនាប្រាសាទ</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>នៃបច្ចេកវិទ្យាបានជំរុញឱ្យមានការប្រែប្រួលនៅក្នុងគំរូពាណិជ្ជកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងការប្រែប្រួលតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរ។</td><td colspan="2">៣- ត្រូវបំពាក់ឱ្យមាន (Free Wi-Fi) នៅទីតាំងសាធារណៈមួយចំនួនក្នុងក្រុងសៀមរាប និងតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរ និងតាមរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍សំខាន់ៗក្នុងខេត្តសៀមរាប (ក្នុងរយៈពេលខ្លី)
៤- ផ្តល់មធ្យោបាយអេឡិចត្រូនិចតាមតម្រូវការចាំបាច់។</td></tr>
<tr><td>គោលបំណង៖
• ធ្វើពិពិធកម្ម ផលិតផល និងសេវាកម្មនៅខេត្តសៀមរាប តាមរយៈបច្ចេកវិទ្យាទំនើបៗ
• ផ្តល់បទពិសោធន៍ពិសេសប្លែកៗ និងថ្មីៗដល់ភ្ញៀវទេសចរតាមរយៈការពង្រឹងបច្ចេក-វិទ្យា។</td><td colspan="2">លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង
១- បង្កើនភាពប្រកួតប្រជែងទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប
២- សមាហរណកម្មទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបក្នុងបរិបទនៃឧស្សាហកម្ម ៤.០ ក្នុងតំបន់អង្គរ
៣- បង្កើនសមត្ថភាពនៃការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍បែបឌីជីថល។</td></tr>
<tr><td>ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម៖
គម្រោងនេះ មិនមានផ្តល់នូវផលប៉ះពាល់ដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។</td><td rowspan="2">រយៈពេល៖
អនុវត្តរយៈពេលខ្លី និងមធ្យម(២០២១-២០២៣) ដោយអាជ្ញាធរអប្សរា គ្រឹះស្ថានអង្គរ ក្រសួងទេសចរណ៍ ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ និងផ្នែកឯកជន។</td><td rowspan="2">ថវិកានៃគម្រោង៖
ថវិកានៃគម្រោងនេះនឹងកំណត់នាពេលក្រោយ។</td></tr>
<tr><td>ផ្សេងៗ៖
អាជ្ញាធរអប្សរាកំពុងរៀបចំឱ្យមានអង់តែនទូរសព្ទនៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌសៀមរាប-អង្គរ។</td></tr>
</table>

គម្រោងទី៨: "គម្រោងកែលម្អកំពង់ផែទេសចរណ៍ចុងឃ្នាស"

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: លើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

ល.រ.	ចំណងជើងគម្រោង	ភាគីពាក់ព័ន្ធ	ប្រភពថវិកា	អាទិភាពនៃពេលវេលា
គ.៨	គម្រោងកែលម្អកំពង់ផែទេសចរណ៍ចុងឃ្នាស	សហគមន៍ទេសចរណ៍ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងភ្ញៀវទេសចរ	រដ្ឋ និងឯកជន	អាទិភាព១ និង ២

ទីតាំងគម្រោង	ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង	វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷
តំបន់បឹងទន្លេសាប (ខេត្តសៀមរាប)	– គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ – រដ្ឋបាលខេត្តសៀមរាប – ក្រសួងទេសចរណ៍	១- រៀបចំកំពង់ផែទេសចរណ៍ចុងឃ្នាសឱ្យស្របតាមស្តង់ដាកំពង់ផែទេសចរណ៍ (ការអភិវឌ្ឍកំពង់ផែទេសចរណ៍នេះត្រូវមានប្លង់មេអភិវឌ្ឍអមជាមួយប្លង់ស្ថាបត្យកម្មលម្អិត) ២- បំពាក់ឱ្យមានសម្ភារទេសចរណ៍គាំទ្រដល់កំពង់ផែទេសចរណ៍នេះ ពិសេសរៀបចំឱ្យមានការសម្រាកលំហែភ្ញៀវ និងហូបចុក។ល។ ៣- បន្ថែមនូវសេវាកម្មទេសចរណ៍ ត្រូវមានផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ (ក្នុងនោះត្រូវការបង្កើតឱ្យមានសារមន្ទីរបឹងទន្លេសាប)

សារវតារ÷	សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង÷
បឹងទន្លេសាប ជាបឹងមួយក្នុងចំណោមបឹងទឹកសាបដ៏ធំបំផុតនៅលើពិភពលោក ដែលចំណាយពេលធ្វើដំណើរប្រមាណ ២៥នាទី **(ចម្ងាយ ១៥គ.ម.) ទៅភាគខាងត្បូងនៃខេត្តសៀមរាប។** នៅបឹងទន្លេសាប មានសេវាទូកដឹកភ្ញៀវទេសចរខ្នាតតូច ដែលធ្វើសកម្មភាពដោយប្រជាពលរដ្ឋដែលរស់នៅក្នុងតំបន់ និងទស្សនាភូមិនេសាទបណ្តែតទឹក។ តំបន់បឹងទន្លេសាបនេះមានសក្តានុពលអេកូទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងអេកូទេសចរណ៍កម្រិតខ្ពស់។ បើគិតតាមទស្សនៈ **"អេកូទេសចរណ៍"** តំបន់នេះអាចមានមូលដ្ឋានអភិវឌ្ឍន៍ **"ភូមិទេសចរណ៍ធម្មជាតិ"**។ ចំណុចដ៏ល្អមួយសម្រាប់ការទស្សនាទេសភាពបឹងទន្លេសាប និងតំបន់ជុំវិញ គឺចំណុចកំពូលនៃភ្នំក្រោម។ លើសពីនេះទៅទៀត លើកំពូលភ្នំក្រោម មានប្រាសាទបុរាណដ៏ទាក់ទាញមួយ គឺជាតំបន់ដែលមានប្រវត្តិនៃការសាងសង់ទីតាំង និងរចនាបទល្អឯក ដើម្បីលើកកម្ពស់សោភណភាព និងបង្កើនភាពទាក់ទាញបន្ថែម។	១- កែលម្អផែទូកទេសចរណ៍ឱ្យមានភាពងាយស្រួលសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ និងរៀបចំសណ្តាប់ធ្នាប់នៃទូកស្របតាមស្តង់ដា ២- បង្កើតសួនច្បារ (តំបន់បៃតង) នៅកំពង់ផែចុងឃ្នាស ៣- រៀបចំអគាររដ្ឋបាលសម្រាប់ធ្វើការងារ និងគ្រប់គ្រងតំបន់ផែទេសចរណ៍ ៤- បង្កើតភោជនីយដ្ឋានបម្រើឱ្យភ្ញៀវទេសចរ (កម្រិតខ្ពស់ប្រណិត) ៥- បង្កើតផ្ទះលំហែកម្រិតខ្ពស់ ៦- បង្កើតផ្សារសហគមន៍ (ដើម្បីលក់ផលិតផលក្នុងស្រុក និងផ្សាររាត្រី) ៧- បង្កើតស្ថានីយប្រេងឥន្ធនៈ ៨- បង្កើតសារមន្ទីរទន្លេសាបប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទំនើបឌីជីថលដែលបញ្ចូលនូវខ្លឹមសារសារមន្ទីរនេសាទ : ដោយការនេសាទ គឺជាសកម្មភាពប្រពៃណីរបស់ប្រជាជនខ្មែរតាំងពីសម័យយូរលង់ណាស់មកហើយ ពោលគឺមានន័យថាត្រីជា

<table>
<tr>
<td colspan="1"></td>
<td colspan="2">ប្រភពអាហារចម្បង។ ក្នុងន័យនេះ ការបង្ហាញអំពីបច្ចេកទេសនេសាទផ្សេងៗ គ្នា អាចផ្តល់បទពិសោធន៍ថ្មីៗសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ។ល។
៩- បង្កើតមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍
១០- បង្កើតហាងកាហ្វេ
១១- បង្កើតចំណតរ៉ឺម៉កកង់បី ម៉ូតូ កង់ ចំណតរថយន្តលក្ខណៈគ្រួសារ និងចំណតរថយន្តក្រុង។
១២- ពង្រឹងសេវាកម្មទូកទេសចរណ៍ឱ្យស្របតាមស្តង់ដាទូកទេសចរណ៍។ល។</td>
</tr>
<tr>
<td>គោលបំណង÷
ការកែលម្អកំពង់ផែទេសចរណ៍ភ្នំក្រោម (ចុងឃ្នាស) មានគោលបំណង÷
– ធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ដើម្បីបង្កើនរយៈពេលស្នាក់នៅយូរជាងមុន (យ៉ាងហោចបន្ថែមឱ្យបាន ១ ថ្ងៃ ធៀបក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន)
– លើកកម្ពស់ទន្លេសាបជាតំបន់ទេសចរណ៍ធម្មជាតិដ៏ទាក់ទាញ
– គ្រប់គ្រងវិហ្វូរទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ទន្លេសាបដោយប្រែក្លាយជាមេដែក ទាញទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍/ សហគមន៍ទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀតនៅក្នុងតំបន់បឹងទន្លេសាប
– អភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ។</td>
<td colspan="2">លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង÷
១- អាចពន្យារការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវទេសចរ តាមរយៈការបង្កើតខ្សែទស្សនាចរផ្លូវទឹក ដោយប្រើប្រាស់បឹងទន្លេសាប (កំពង់ផែទេសចរណ៍ចុងឃ្នាស) ជាខ្សែតភ្ជាប់តំបន់ទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ទន្លេសាប
២- បង្កើនប្រាក់ចំណូលដល់ប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន តាមរយៈការប្រកបមុខរបរបម្រើឱ្យភ្ញៀវទេសចរ
៣- តាមរយៈពិពិធកម្មទេសចរណ៍ថ្មីៗទាំងនេះនឹងអាចទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរមកកម្សាន្តកាន់តែច្រើន
៤- ប្រែក្លាយតំបន់នេះជាតំបន់ទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព
៥- ចូលរួមចំណែកក្នុងការអភិរក្សជីវៈចម្រុះប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីបឹងទន្លេសាប
៦- ធានាបាននូវភាពស្អាត អនាម័យ កាត់បន្ថយការបំពុលទឹក
៧- ទទួលបានការរៀបចំផែទេសចរណ៍ដែលមានរចនាបទ និងភាពគង់វង្សយូរអង្វែង
៨- ភាពចម្រុះនៃសកម្មភាពទេសចរណ៍។</td>
</tr>
<tr>
<td>ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷
គម្រោងនេះ មិនមានផលប៉ះពាល់ដល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម</td>
<td rowspan="3">រយៈពេល÷
អនុវត្តរយៈពេលខ្លី និងមធ្យម (២០២១-២០២៣) ដោយគណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ និងរដ្ឋបាលខេត្តសៀមរាប និងវិនិយោគិនឯកជន។</td>
<td rowspan="3">ថវិកានៃគម្រោង÷
ថវិកានៃគម្រោងនេះនឹងកំណត់នាពេលក្រោយ។</td>
</tr>
<tr>
<td>ហេតុផល÷
ខេត្តសៀមរាបមានចំណុចពិសេសចាំបាច់ត្រូវធ្វើការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ថ្មីប្រកប ដោយគុណភាព ដើម្បីបំពេញសេចក្តីត្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរទៅថ្ងៃអនាគត។
តំបន់ភ្នំក្រោម (ចុងឃ្នាស) ជាចំណុចគន្លឹះ (ច្រកចូល) ក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាពនៅក្នុងតំបន់ទន្លេសាប។</td>
</tr>
<tr>
<td>គម្រោងពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត÷
បច្ចុប្បន្នក្រុមហ៊ុន ស៊ូ ជីង បានទទួលសិទ្ធិវិនិយោគតំបន់ចុងឃ្នាស។</td>
</tr>
</table>

គម្រោងទី៩: "គម្រោងរៀបចំតំបន់ថ្មើរជើងនៅខេត្តសៀមរាប រាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្តព្រះសីហនុ"

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: លើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

<table>
<tr><th>ល.រ.</th><th colspan="2">ចំណងជើងគម្រោង</th><th>ភាគីពាក់ព័ន្ធ</th><th>ប្រភពថវិកា</th><th>អាទិភាពនៃពេលវេលា</th></tr>
<tr><td>គ.៩</td><td colspan="2">គម្រោងរៀបចំតំបន់ថ្មើរជើងនៅខេត្តសៀមរាប រាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្តព្រះសីហនុ</td><td>ភ្ញៀវទេសចរ វិស័យឯកជន ប្រជាជនមូលដ្ឋាន</td><td>រដ្ឋ វិស័យឯកជន និងដៃគូអភិវឌ្ឍ</td><td>អាទិភាព១ និង ២</td></tr>
<tr><th colspan="2">ទីតាំងគម្រោង</th><th>ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង</th><td colspan="3" rowspan="2">វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷
កំណត់ប្រភេទទីតាំងផ្លូវអាទិភាព និងធ្វើការសិក្សាកែលម្អ និងរៀបចំហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនិងអនុវត្តដាក់/ឱ្យដំណើរការដោយគិតគូរដល់ការបង្កើតឱ្យមានសម្បទាទេសចរណ៍ទ្រទ្រង់ដល់ការបង្កើតតំបន់ថ្មើរជើង។</td></tr>
<tr><td colspan="2">ខេត្តសៀមរាប រាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្តព្រះសីហនុ</td><td>• រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត
• ក្រសួងទេសចរណ៍</td></tr>
<tr><td colspan="3">សាវតារ÷
ការរៀបចំតំបន់ទេសចរណ៍ថ្មើរជើង ដែលបច្ចុប្បន្ន សកម្មភាពទេសចរណ៍ថ្មើរជើងទីក្រុងមានភាពទាក់ទាញខ្លាំង សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ តែអ្វីដែលជាបញ្ហា ចំពោះ ការរៀបចំតំបន់ទេសចរណ៍ថ្មើរជើងនេះគឺនៅខ្វះខាតនៅឡើយ ដែលរួមមាន ទំហំផ្លូវតូច ការរំលោភដីចំណីផ្លូវពីប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន ម្ចាស់អាជីវកម្ម និងការរៀបចំសំណង់អគារចាស់ៗ ប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវថ្នល់ ការរៀបចំទិសដៅចរាចរណ៍ត្រូវកែលម្អនិងរៀបចំជាថ្មី។ល។ អ្វីដែលកាន់តែពិសេស សម្រាប់ធ្វើឱ្យទីក្រុងកាន់តែមានភាពទាក់ទាញ និងផ្តល់នូវភាពកក់ក្តៅ ពេញចិត្តពីសំណាក់ភ្ញៀវទេសចរគឺ ម្ហូបអាហារ ការស្នាក់នៅ ព្រឹត្តិការណ៍កម្សាន្ត សិល្បៈ និងការទិញទំនិញ ...ត្រូវបានប្រមូលផ្តុំក្នុងតំបន់មួយ។</td><td colspan="3">សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង÷
បង្កើតតំបន់ថ្មើរជើងទេសចរណ៍មួយនៅរាជធានីភ្នំពេញ មួយនៅខេត្តព្រះសីហនុ និងមួយនៅខេត្តសៀមរាប។
ដើម្បីឱ្យមានតំបន់ថ្មើរជើងត្រូវគិតគូរ÷
• កែលម្អសោភណភាពតាមដងផ្លូវ
• បង្កើតសម្បទាទេសចរណ៍តាមដងផ្លូវ
• សម្រួលការធ្វើដំណើររបស់ភ្ញៀវទេសចរថ្មើរជើង
• បង្កើតសកម្មភាពទេសចរណ៍ និងពាណិជ្ជកម្មនៅតាមដងផ្លូវគោលដៅ
• រៀបចំសណ្តាប់ធ្នាប់តាមដងផ្លូវទេសចរណ៍
• ធានារក្សាសុវត្ថិភាពចរាចរណ៍សម្រាប់ទេសចរណ៍ទីក្រុង
• ផ្តល់នូវបទពិសោធន៍សម្រាប់ទេសចរថ្មើរជើង
• មានឱកាសក្នុងការផ្សព្វផ្សាយពីទេសចរណ៍វប្បធម៌របស់កម្ពុជា
• បង្កើតជាតំបន់ទេសចរណ៍ថ្មើរជើងគំរូនៅកម្ពុជា
• ជួយសម្រួលដល់ការលក់ដូរអាជីវកម្មរបស់ប្រជាពលរដ្ឋនៅគ្រប់ច្រកល្ហកនៃផ្លូវក្នុងតំបន់នេះ
• បង្កើតបានតំបន់ទេសចរណ៍ដែលមាននិមិត្តសញ្ញាច្បាស់លាស់។</td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>គោលបំណង÷
បង្កើតផលិតផលទេសចរណ៍ទីក្រុង ដ៏ទាក់ទាញសម្រាប់រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ។</td>
<td colspan="2">លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង÷
១- អាចពន្យារការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវទេសចរ
២- បង្កើនភាពទាក់ទាញបន្ថែមទៀតសម្រាប់ទេសចរណ៍ទីក្រុង ពិសេសនៅពេលរាត្រី
៣- ប្រែក្លាយតំបន់នេះជាតំបន់ទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព
៤- ទទួលបានការរៀបចំហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធក្នុងក្រុងកាន់តែមានរបៀបរាបរយមានសោភណភាពល្អក្នុងតំបន់ទីក្រុង
៥- ជាតំបន់ដែលមានអត្តសញ្ញាណទេសចរណ៍បែបទីក្រុងច្បាស់លាស់។</td>
</tr>
<tr>
<td>ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷
គម្រោងនេះនឹងផ្តល់នូវផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានតិចតួចបំផុតដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។</td>
<td>រយៈពេល÷
អនុវត្តរយៈពេលខ្លី និងមធ្យម(២០២១-២០២៣) ដោយគណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ក្រសួងទេសចរណ៍ រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត និងវិនិយោគិនឯកជន។</td>
<td>ថវិកានៃគម្រោង÷
គម្រោងនៃការបង្កើតតំបន់ថ្មើរជើងក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុនេះនឹងកំណត់នាពេលក្រោយ។</td>
</tr>
</table>

គម្រោងទី១០: "គម្រោងបង្កើតបណ្ណទេសចរណ៍កម្ពុជា (Cambodia Pass)"

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: លើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

ល.រ.	ចំណងជើងគម្រោង	ភាគីពាក់ព័ន្ធ	ប្រភពថវិកា	អាទិភាពនៃពេលវេលា
គ.១០	គម្រោងបង្កើតបណ្ណទេសចរណ៍កម្ពុជា (Cambodia Pass)	ភ្ញៀវទេសចរ វិស័យឯកជន សិស្សនិស្សិត សាស្ត្រាចារ្យ និងមន្ត្រីរាជការ	រដ្ឋ និងឯកជន	អាទិភាព១

ទីតាំងគម្រោង	ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង	វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷
រាជធានី-ខេត្ត	• ក្រសួងទេសចរណ៍ • គ្រឹះស្ថានអង្គរ • រដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ • វិស័យឯកជន	១- បង្កើតភាពជាដៃគូសម្រាប់តួអង្គសំខាន់ៗក្នុងការដាក់ឱ្យដំណើរការគម្រោងបណ្ណទេសចរណ៍កម្ពុជានេះ។ ២- ដំណើរការ និងបង្កើតប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់គ្រប់គ្រង និងផ្គត់ផ្គង់បណ្ណទេសចរណ៍កម្ពុជា និងការប្រើប្រាស់ QR-Code ៣- ការទទួលបានបណ្ណ • ទិញនៅតាមក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ ឬទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ • នៅអាកាសយានដ្ឋាន • បញ្ជរព័ត៌មានទេសចរណ៍ • នៅតាមសណ្ឋាគារជាដៃគូ និងតាមរយៈអនឡាញ ៤- ដំណើរការបណ្ណ • បង្ហាញបណ្ណនៅមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនជាដៃគូ នៅតាមរមណីយដ្ឋាន ឬគោលដៅទេសចរណ៍ដែលអ្នកបានទៅដល់។

សាវតារ÷	សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង÷
បណ្ណទេសចរណ៍កម្ពុជា ជាបណ្ណឌីជីថលប្រមូលផ្តុំគោលដៅទេសចរណ៍ និងសម្បទាទេសចរណ៍ដែលផ្តល់ជាមធ្យោបាយ មួយដ៏ល្អប្រសើរមានភាពងាយស្រួល និងទាក់ទាញទេសចរណ៍ដើរកម្សាន្ត។ បណ្ណនេះ នឹងជួយដល់ការគ្រប់គ្រងចលនាវិហូររបស់ភ្ញៀវទេសចរផងដែរ។ ដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរឱ្យប្រើប្រាស់បណ្ណនេះ គឺត្រូវមានការបញ្ចុះតម្លៃសម្រួលការទិញសំបុត្រ ចូលទស្សនាតាមរមណីយដ្ឋានផ្សេងៗ បញ្ចូលសំបុត្រធ្វើដំណើរនិងការបញ្ចុះតម្លៃលើសេវាទេសចរណ៍ផ្សេងៗ។ **បណ្ណ**	រចនាសម្ព័ន្ធបណ្ណទេសចរណ៍កម្ពុជា÷ • ក្រសួងទេសចរណ៍ • រមណីយដ្ឋាន • កន្លែងកម្សាន្ត • ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន • សេវាទេសចរណ៍/ សម្បទាទេសចរណ៍

<table>
<tr>
<td>ទេសចរណ៍កម្ពុជា ជាបណ្ណកញ្ចប់ទស្សនៈកិច្ចក្នុងទីក្រុង តាមរមណីយដ្ឋាន និងកន្លែងកម្សាន្តនានានៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាដែលផ្តល់ឱ្យភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ ពិសេសទេសចរមកលក្ខណៈជាបុគ្គល នូវកម្មវិធីទស្សនៈកិច្ចគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ដែលជួយសន្សំសំចៃពេលវេលា ថវិកា និងភាពតានតឹង ឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការដើរកម្សាន្តប្រកបដោយបទពិសោធន៍។</td>
<td colspan="2">• ភ្ញៀវទេសចរ
• គ្រប់គ្រង និងរៀបចំជាដំណើរកម្សាន្តថ្មីៗមួយចំនួនតាមរយៈដៃគូសហការជាមួយវិស័យឯកជន។
• ប្រើបច្ចេកទេសឌីជីថលក្នុងការរៀបចំកញ្ចប់ទស្សនៈកិច្ចប្រកបដោយនវានុវត្តន៍ដែលផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរដោយមិនចាំបាច់ចំណាយពេលឈររង់ចាំទិញសំបុត្រ ឬធ្វើដំណើរទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍ផ្ទាល់</td>
</tr>
<tr>
<td>គោលបំណង៖
• ជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងទៅតាមគោលដៅនានាក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
• ផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរមកលក្ខណៈជាបុគ្គលអាចជ្រើសរើសដំណើរកម្សាន្តបាន
• បង្កើនការផ្សព្វផ្សាយផលិតផលទេសចរណ៍កម្ពុជា។</td>
<td colspan="2">លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង៖
បណ្ណទេសចរណ៍កម្ពុជានេះនឹងផ្តល់ផលវិជ្ជមាននាពេលអនាគត រួមមាន៖
១- ជួយដល់ការគ្រប់គ្រង និងវិហ្វូររបស់ភ្ញៀវទេសចរនៅទូទាំងប្រទេសកម្ពុជា (ពោលគឺជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង)
២- ជួយរមណីយដ្ឋាន កន្លែងកម្សាន្ត ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន ឬអ្នកផ្តល់សេវាកម្មដទៃទៀតដែលនៅកម្ពុជាឱ្យទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងនេះ
៣- បង្កើនចំណូលទេសចរណ៍ ជាពិសេសសម្រាប់ប្រតិបត្តិករក្នុងស្រុកដែលជាដៃគូក្នុងបណ្ណទេសចរណ៍កម្ពុជា
៤- គ្រប់គ្រងឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើងនូវវិហ្វូរភ្ញៀវទេសចរដែលមាន ដោយការចែករំលែកភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិទៅកាន់ទីតាំងទេសចរណ៍នានានៅទូទាំងប្រទេស។</td>
</tr>
<tr>
<td>ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម៖
គម្រោងនេះ មិនមានផ្តល់នូវផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។

ហេតុផល៖
ដើម្បីរិះរកវិធីជួយសម្រួលដល់ការធ្វើដំណើរកម្សាន្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិនៅខេត្តសៀមរាប ភ្នំពេញ ខេត្តព្រះសីហនុ និងតំបន់ផ្សេងៗទៀតនៃប្រទេសកម្ពុជា និងការអនុវត្តតាមផែនការសកម្មភាពជំរុញវិស័យទេសចរណ៍ដើម្បីទាក់ទាញ ភ្ញៀវទេសចរ ពិសេសជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងនិង ក៏ដូចជាទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិលក្ខណៈជាបុគ្គល។</td>
<td>រយៈពេល៖
អនុវត្តក្នុងរយៈពេលខ្លី (២០២១-២០២២) ដោយក្រសួងទេសចរណ៍ និងវិស័យឯកជន។</td>
<td>ថវិកានៃគម្រោង៖
គម្រោងនេះប្រើប្រាស់ថវិកាសរុបប្រមាណ ៣០ម៉ឺនដុល្លារអាម៉េរិក។</td>
</tr>
</table>

គម្រោងទី១១: “ពង្រឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្ត (ផ្លូវជាអាទិភាព) និងបញ្ចូលទឹក ភ្លើង លូ និងការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន (ជាពិសេសសំរាម) ដើម្បីជំរុញដល់ចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកទៅកាន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍សំខាន់ៗ”

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក÷លើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

<table>
<tr><th>ល.រ.</th><th colspan="2">ចំណងជើងគម្រោង</th><th>ភាគីពាក់ព័ន្ធ</th><th>ប្រភពថវិកា</th><th>អាទិភាពនៃពេលវេលា</th></tr>
<tr><td>គ.១១</td><td colspan="2">ពង្រឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្ត (ផ្លូវជាអាទិភាព) និងបញ្ចូលទឹក ភ្លើង លូ និងការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន (ជាពិសេសសំរាម) ដើម្បីជំរុញដល់ចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកទៅកាន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍សំខាន់</td><td>ប្រជាជន ភ្ញៀវទេសចរ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ វិស័យរដ្ឋ និងវិស័យឯកជន</td><td>រដ្ឋ និងដៃគូអភិវឌ្ឍ</td><td>អាទិភាព ១ ២ និង ៣</td></tr>
<tr><th colspan="2">ទីតាំងគម្រោង</th><th>ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង</th><td colspan="3" rowspan="2">វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷
១- កំណត់ប្រភេទ ទីតាំងផ្លូវ អាទិភាព និងធ្វើការសិក្សាកែលម្អ និងរៀបចំហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនិងអនុវត្តដាក់/ ឱ្យដំណើរការដោយគិតគូរដល់ផ្លូវទេសចរណ៍ថ្មើរជើង ផ្លូវសម្រាប់ការបែងចែកការធ្វើដំណើរ របស់រថយន្ត ផ្លូវសម្រាប់ម៉ូតូ ផ្លូវសម្រាប់ជិះកង់ ផ្លូវសម្រាប់ជនពិការ សួនទេសចរណ៍ ការបំពាក់សម្បទាទេសចរណ៍ និងសម្បទាមួយចំនួនដែលបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍។ ដោយបំពេញបន្ថែម និងបន្សីជាមួយផែនការ និងប្លង់បច្ចេកទេសរបស់អាជ្ញាធរខេត្ត ក្រសួងដែនដីនគរូបនីយកម្មនិងសំណង់ និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ។
២- កែលម្អស្ថានភាពផ្លូវជាតិក្នុងក្រុងសៀមរាប ព្រះសីហនុ និងភ្នំពេញ
៣- ធ្វើការសិក្សាពីផលប៉ះពាល់និងសក្តានុពលនៃហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនីមួយៗ ដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការវាយតម្លៃ និងដាក់ចេញនូវស្តង់ដាបច្ចេកទេសសមាមាត្រនឹងការប្រើប្រាស់។
៤- កំណត់ទំហំការងារនិងការប្រើប្រាស់ថវិកា</td></tr>
<tr><td colspan="2">រាជធានី-ខេត្ត</td><td>• រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត
• ក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន
• ក្រសួងទេសចរណ៍
• ក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ
• ក្រសួងបរិស្ថាន
• ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍
• ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ</td></tr>
<tr><td colspan="3">សារៈតារ÷
ហេដ្ឋារចនាសម្ពន្ធ័ទៅកាន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ត្រូវបានលើកឡើងជាញឹកញាប់ដោយប្រជាជន ភ្ញៀវទេសចរ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងភាគីពាក់ព័ន្ធ ពីបញ្ហាផ្លូវពិសេសផ្លូវជនបទតភ្ជាប់ទៅកាន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍សំខាន់ៗ (តំបន់អេកូទេសចរណ៍)។</td><td colspan="3">សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង÷
១- កែលម្អ និងរៀបចំផ្លូវតភ្ជាប់ទៅកាន់តំបន់ទេសចរណ៍សំខាន់ៗ (ពិសេសរមណីយដ្ឋានអេកូទេសចរណ៍)។
២- កែលម្អស្ថានភាពហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធក្នុងទីក្រុងទេសចរណ៍ពិសេសនៅក្នុងទីក្រុងសៀមរាប ព្រះសីហនុ និងខេត្តដែលជាគោលដៅទេសចរណ៍ទីក្រុងទីពីរ (Secondary city) ជាអាទិ៍ បាត់ដំបង ក្រចេះ កំពត កែប។ល។</td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>គោលបំណង៖
• បង្កើនភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍ទៅកាន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ដែលមានសក្តានុពល
• បង្កើនភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍ទីក្រុង។</td>
<td colspan="2">លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង៖
១- បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលក្នុងការធ្វើដំណើរចូលទៅកាន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍
២- មានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវស្អាត និងទាក់ទាញក្នុងក្រុងជាគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាព</td>
</tr>
<tr>
<td>ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម៖
គម្រោងនេះ មានផលប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាន និងសង្គមតិចតួចបំផុត ហើយគម្រោងនេះនឹងផ្តល់ផលចំណេញដល់បរិស្ថាន សង្គម និងសេដ្ឋកិច្ចក្រោយបញ្ចប់គម្រោង។</td>
<td rowspan="2">រយៈពេល៖
អនុវត្តក្នុងរយៈពេលខ្លី មធ្យម និងវែង(២០២១-២០២៥) ដោយក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត និងក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ។</td>
<td rowspan="2">ថវិកានៃគម្រោង៖
ថវិកានៃគម្រោងនេះនឹងកំណត់នាពេលក្រោយ</td>
</tr>
<tr>
<td>ហេតុផល៖
ការកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធក្រុងសៀមរាប ព្រះសីហនុ និងភ្នំពេញ គឺជាកត្តាសំខាន់មួយដើម្បីកសាងនូវកេរ្តិ៍ឈ្មោះបន្ថែម និងធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ (ទេសចរណ៍ទីក្រុង) សម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយលើទីផ្សារជាតិ អន្តរជាតិ និងស្របជាមួយពាក្យស្លោក និងយុទ្ធនាការនានាៗដែលក្រសួងទេសចរណ៍បាននឹងកំពុងដាក់ចេញ និងដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមដែលលើកឡើងដោយប្រជាពលរដ្ឋ ភ្ញៀវទេសចរ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងភាគីពាក់ព័ន្ធ។</td>
</tr>
</table>

គម្រោងទី១២: "គម្រោងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ដែលធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង (Self-driving Tourism) "

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: លើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

<table>
<tr><th>ល.រ.</th><th colspan="2">ចំណងជើងគម្រោង</th><th>ភាគីពាក់ព័ន្ធ</th><th>ប្រភពថវិកា</th><th>អាទិភាពនៃពេលវេលា</th></tr>
<tr><td>គ.១២</td><td colspan="2">គម្រោងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ដែលធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង
(Self-Driving Tourism)</td><td>ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍</td><td>រដ្ឋ និងឯកជន</td><td>អាទិភាព ១ និង ២</td></tr>
<tr><th colspan="2">ទីតាំងគម្រោង</th><th>ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង</th><td colspan="3" rowspan="2">វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត៖
១- បង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលជំនួយទេសចរណ៍ នៅច្រកទ្វារអន្តរជាតិផ្លូវគោក (ពិសេសនៅច្រកទ្វារអន្តរជាតិជាមួយប្រទេសថៃ វៀតណាម និងឡាវ)។
២- សម្រួលការធ្វើដំណើររថយន្តទេសចរណ៍ឆ្លងព្រំដែននៅច្រកទ្វាអន្តរជាតិមកកាន់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
៣- បង្កើតកម្មវិធីទូរសព្ទ បង្ហាញព័ត៌មាននៃការធ្វើដំណើរសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិមកកាន់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាភ្ជាប់ទៅនឹងគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗផ្សេងទៀតក្នុងប្រទេសផ្សារភ្ជាប់នឹងប្រព័ន្ធ (GPS) ឬ (Google Map)
៤- បំពាក់ស្លាកសញ្ញាបង្ហាញផ្លូវ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ
៥- កែលម្អផ្លូវតភ្ជាប់ទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍នានា
៦- ផ្សព្វផ្សាយ និងធ្វើទីផ្សារទេសចរណ៍ធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង សម្រាប់ទាំងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក និងភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិមកពីបណ្តាប្រទេសក្នុងតំបន់អាស៊ាន។</td></tr>
<tr><td colspan="2">រាជធានី-ខេត្ត</td><td>• ក្រសួងទេសចរណ៍
• ក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន
• ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍
• រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត
• អគ្គនាយកដ្ឋានអន្តោប្រវេសន៍</td></tr>
<tr><td colspan="3">សាវតារ៖
បច្ចុប្បន្ន ភ្ញៀវទេសចរនិយមការធ្វើដំណើរតាមដងផ្លូវផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងការកម្សាន្តទេសចរណ៍នៅតាមដងផ្លូវ ដោយភ្ញៀវទេសចរអាចថតរូបលេងកម្សាន្ត និងអាចឈានចូលលេងតំបន់រមណីយដ្ឋាននៅតាមតំបន់គោលដៅបានយ៉ាងសប្បាយរីករាយ ដូចនេះផែនទីចង្អុលផ្លូវស្នើឱ្យជំរុញការសម្រួលឱ្យមានការធ្វើដំណើរសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរមកពីប្រទេសជិតខាងពិសេសតាមផ្លូវគោគដល់ភ្ញៀវទេសចរមកពីប្រទេសអាស៊ានដោយសម្រួលឱ្យប្រើប្រាស់រថយន្ត ចេញ-ចូល ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឱ្យបានកាន់តែ</td><td colspan="3">សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង៖
១- បញ្ចូលការផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលទេសចរណ៍ និងគោលដៅទេសចរណ៍នៅតាមបណ្តោយផ្លូវទេសចរណ៍ដល់ភ្ញៀវទេសចរ
២- ត្រូវរៀចំឱ្យមានស្ថានីយ៍ចំណត តាមបណ្តោយផ្លូវទេសចរណ៍ និងផ្លូវជាច្រើនទៀត ពិសេសការភ្ជាប់ពី (ភ្នំពេញ-សៀមរាប) និង/ឬ (ភ្នំពេញ-ព្រះសីហនុ) និង/ឬ (សៀមរាប-បាត់ដំបង) ឬ (សៀមរាប-ប៉ោយប៉ែត) និង/ឬ (សៀមរាប-ព្រះវិហារ-ស្ទឹងត្រែង) ។ល។
៣- បន្តពង្រឹងសុវត្ថិភាពចរាចរណ៍ តាមរយៈការត្រួតពិនិត្យបច្ចេកទេស គោរពតាមស្តង់ដាដឹកជញ្ជូន និងផ្លូវថ្នល់មានស្តង់ដាសុវត្ថិភាព
៤- ផ្តល់ការសម្រួលដល់ការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍: ផ្លូវតភ្ជាប់គោលដៅទេសចរណ៍ទាំងអស់ត្រូវមានផ្លាកសញ្ញា និងសញ្ញាប្រាប់ទិស
៥- ពង្រឹងផែនការគ្រប់គ្រងចរាចរណ៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ដោយត្រូវ៖</td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>ងាយស្រួលអមជាមួយការសម្រួលដល់ទិដ្ឋាការនៃការធ្វើដំណើរដោយអាចប្រើប្រាស់បណ្ណឆ្លងកាត់ព្រំដែន និងអាចបើកបររថយន្តដោយខ្លួនឯងបាន។</td>
<td colspan="2">• ពង្រឹងការអនុវត្តច្បាប់ចរាចរណ៍ឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងត្រូវមានការផ្ដល់ព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធនឹងខ្លឹមសារនៃការអនុវត្តច្បាប់ចរាចរណ៍ដល់ភ្ញៀវទេសចរ។
• ពង្រឹងកែលម្អចំណតរថយន្តតាមបណ្ដារាជធានី-ខេត្ត
៦- សម្រួលនីតិវិធីក្នុងការចេញ-ចូលរថយន្តទេសចរណ៍មកកាន់ខេត្តសៀមរាបឱ្យកាន់តែងាយស្រួល
៧- គួរសម្រួលឱ្យមាន (បណ្ណចេញ-ចូល) ដើម្បីសម្រួលការធ្វើដំណើរដល់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ។</td>
</tr>
<tr>
<td>គោលបំណង÷
• ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញនូវផ្លូវទេសចរណ៍ខាងលើនេះ ឱ្យមានភាព-ទាក់ទាញ និងក៏ដូចជាដើម្បីទាក់ទាញប្រភេទភ្ញៀវទេសចរដែលបើកបររថយន្តដោយខ្លួនឯងដែលជាផ្នែកមួយនៃយុទ្ធនាការ “ASEAN for ASEAN” ចាំបាច់ត្រូវតែបង្កលក្ខណៈងាយស្រួល និងបង្កើនភាពទាក់ទាញផ្នែកទេសចរណ៍
• ជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងតំបន់។</td>
<td colspan="2">លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង÷
១- ការតភ្ជាប់បណ្ដាញផ្លូវថ្នល់នេះនឹងបម្រើឱ្យយុទ្ធសាស្ត្រគាំទ្រភ្ញៀវទេសចរ ដែលបើកបររថយន្តដោយខ្លួនឯង ពីបណ្ដាប្រទេសក្នុងតំបន់អាស៊ាន ដែលមានបំណងធ្វើដំណើរកម្សាន្តតាមផ្លូវដែលមានទេសភាពល្អៗ ដើម្បីភាពរីករាយ និងទស្សនាតាមដងផ្លូវ ពិសេសពីភ្ញៀវទេសចរមកពីប្រទេសថៃ វៀតណាម និងឡាវ។
២- ការតភ្ជាប់ផ្ទៃក្នុងបានល្អប្រសើរ និងជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកឱ្យកាន់តែខ្លាំង និងក៏ដូចជាជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងឱ្យកាន់តែខ្លាំង ដែលជាការគាំទ្រដល់ចលនាសេដ្ឋកិច្ចផ្ទៃក្នុងកាន់តែខ្លាំងថែមទៀត។</td>
</tr>
<tr>
<td>ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷
គម្រោងនេះ មិនមានផ្ដល់នូវផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។</td>
<td rowspan="2">រយៈពេល÷
អនុវត្តក្នុងរយៈពេលខ្លី និងមធ្យម (២០២១-២០២៣) ដោយគណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ក្រសួងទេសចរណ៍ និងក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ។</td>
<td rowspan="2">ថវិកានៃគម្រោង÷
ថវិកានៃគម្រោងនេះ នឹងកំណត់នាពេលក្រោយ។</td>
</tr>
<tr>
<td>ហេតុផល÷
បច្ចុប្បន្នកម្ពុជាមានការតភ្ជាប់ផ្លូវថ្នល់នានាទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍បានល្អរួចហើយ ដែលជាសក្ដានុពលក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង បានកាន់តែប្រសើរ និងអាចទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរពីប្រទេសជិតខាងក្នុងបណ្ដាប្រទេសដែលជាសមាជិកអាស៊ាន (ពិសេសពីប្រទេសថៃ វៀតណាម និងឡាវ) មកទស្សនារាជធានី-ខេត្តនានាកាន់តែច្រើនថែមទៀត។</td>
</tr>
</table>

គម្រោងទី១៣: យុទ្ធនាការ "កម្ពុជាស្អាត ឆ្ពោះទៅស្វាគមន៍ព្រឹត្តិការណ៍ SEA Game 2023 "

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: លើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

ល.រ.	ចំណងជើងគម្រោង	ភាគីពាក់ព័ន្ធ	ប្រភពថវិកា	អាទិភាពនៃពេលវេលា
គ.១៣	កម្ពុជាស្អាត ឆ្ពោះទៅស្វាគមន៍ព្រឹត្តិការណ៍ SEA Game 2023	ប្រជាពលរដ្ឋ ភ្ញៀវទេសចរ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ វិស័យរដ្ឋ និងវិស័យឯកជន	រដ្ឋ-ដៃគូអភិវឌ្ឍ	អាទិភាព ១ និង ២

ទីតាំងគម្រោង	ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង	**វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷**
រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តព្រះសីហនុ (កោះរ៉ុង) ខេត្តសៀមរាប (តំបន់អង្គរ) និងខេត្តគោលដៅនៃការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ SEA Game 2023)	• ក្រសួងទេសចរណ៍ • ក្រសួងបរិស្ថាន • រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្តពាក់ព័ន្ធ	១. បង្កើតយុទ្ធនាការ "**គ្មានថង់ប្លាស្ទិក-Free Plastic Zone**" នៅតំបន់អង្គរ និងកោះរ៉ុង ២. បង្កើតយុទ្ធនាការអភិវឌ្ឍន៍ "**កម្ពុជាស្អាត**" នៅតាមរាជធានី-ខេត្តជាគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាព (រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តគោលដៅនៃការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ SEA Game 2023) ៣. បង្កើតឱ្យមានសួនទេសចរណ៍។

សាវតារ÷	**សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង÷**
ការគ្រប់គ្រងសំណល់ គឺជាបញ្ហាស្មុគស្មាញ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការទុកដាក់ ប្រមូលដឹកជញ្ជូន និងការគ្រប់គ្រងជារួម។ កំណើនប្រជាជននិងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍បណ្តាលឱ្យមានកំណើននៃការប្រើប្រាស់សម្រាប់ការរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋនិងភ្ញៀវទេសចរ តែស្ថានភាពនៃការគ្រប់គ្រងសំណល់មិនទាន់សមស្របជាមួយនឹងការរីកចម្រើនទាំងនោះទេ ដែលអាចបង្កការប៉ះពាល់ដោយសារតែការបញ្ចេញចោលសំណល់មិនបានត្រឹមត្រូវ។ លើសពីនេះ ការប្រមូល ការសម្អាត ការដឹកជញ្ជូន និងទុកដាក់គ្រប់គ្រងសំណល់ គឺមានសភាពទន់ខ្សោយមិនទាន់សមស្របជាមួយខេត្តដែលមានសក្តានុពលទេសចរណ៍នៅឡើយទេ។ កត្តាទាំងនេះធ្វើឱ្យធ្លាក់ចុះនូវស្ថានភាពបរិស្ថាន អនាម័យ សោភណភាព និងទិដ្ឋភាពទេសភាព ដែលជាផ្នែក	១- យុទ្ធនាការទប់ស្កាត់ការបោះសំណល់ចោលពាសវាលពាសកាល និងការប្រមូលត្រឡប់មកវិញនូវសំណល់ដែលនៅរាយប៉ាយនៅតាមដងផ្លូវសាធារណៈ លូ ស្ទឹង រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ នៅតាមរាជធានី-ខេត្តគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាព ២- រៀបចំយុទ្ធនាការអភិវឌ្ឍន៍ "**កម្ពុជាស្អាត**" ៣- រៀបចំយុទ្ធនាការ "**គ្មានថង់ប្លាស្ទិក**" នៅតំបន់អង្គរ និងកោះរ៉ុង ៤- បង្កើតឱ្យមាន "**សួនទេសចរណ៍**" នៅតាមរាជធានី-ខេត្តជាគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាព។

ដ៏សំខាន់សម្រាប់បរិយាកាសទេសចរណ៍។ ដូច្នេះការគិតគូរឱ្យមានភាពស្អាត និងបៃតង ជាគន្លឹះសម្រាប់ភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍នាពេលបច្ចុប្បន្ន និងអនាគត។		
គោលបំណង÷ ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍កម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ “**ស្អាត និងបៃតង**” និងជាទម្លាប់ថ្មីក្រោយជំងឺកូវីដ-១៩។	**លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង÷** **១-** តំបន់អង្គរ និងកោះរ៉ុងមានភាពទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរកាន់តែខ្ពស់ **២-** ភាពស្អាត និងបៃតង បង្កើតបានជាទម្លាប់ថ្មី សម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយជំងឺកូវីដ-១៩។	
ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷ គម្រោងនេះ ផ្តល់ផលជាវិជ្ជមានដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។	**រយៈពេល÷** គម្រោងនេះអនុវត្តក្នុង**រយៈពេលខ្លី និងមធ្យម (២០២១-២០២៣)** ដោយក្រសួងទេសចរណ៍ អាជ្ញាធរជាតិអប្សរា ក្រសួងបរិស្ថាន និងដៃគូអភិវឌ្ឍ។	**ថវិកានៃគម្រោង÷** គម្រោងនេះប្រើប្រាស់ថវិកាសរុបប្រមាណ **១០ម៉ឺនដុល្លារអាម៉េរិក**។

គម្រោងទី១៤: "ពង្រឹងការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងការបង្កើតមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍នៅតាមរាជធានី-ខេត្ត"

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: លើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

ល.រ.	ចំណងជើងគម្រោង	ភាគីពាក់ព័ន្ធ	ប្រភពថវិកា	អាទិភាពនៃពេលវេលា
គ.១៤	ពង្រឹងការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងការបង្កើតមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍នៅតាមរាជធានី-ខេត្ត	ប្រជាពលរដ្ឋ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ភ្ញៀវទេសចរ វិស័យឯកជន និងក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ	រដ្ឋ និងឯកជន	អាទិភាព ២

ទីតាំងគម្រោង	ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង	វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷
រាជធានី-ខេត្ត	• ក្រសួងទេសចរណ៍ • រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត • ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍	១- បង្កើតមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទេសចរណ៍តាមគ្រប់មធ្យោបាយ ពិសេសតាមប្រព័ន្ធឌីជីថល ២- បង្កើតមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ស្របតាមស្តង់ដានៅទូទៅ ២៥ខេត្ត-ក្រុង ៣- រៀបចំយន្តការគ្រប់គ្រងមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ឱ្យមាននិរន្តរភាពក្រោមទម្រង់ភាពជាដៃគូ ៤- កំណត់អត្តសញ្ញាណតួអង្គដៃគូសក្តានុពល ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ សម្រាប់ការសហការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន។

សាវតារ÷	សមាសភាពអនុវត្តនៃគម្រោង÷
បច្ចុប្បន្ន ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងភ្ញៀវទេសចរអាចទទួលបានព័ត៌មានទេសចរណ៍មិនទាន់ទូលំទូលាយពីមន្ទីរទេសចរណ៍ និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនានានៅឡើយ។ ដូចនេះដើម្បីបង្កើនការផ្សព្វផ្សាយឱ្យកាន់តែទូលំទូលាយ ផែនទីចង្អុលផ្លូវស្នើឱ្យពង្រឹងការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងការបង្កើតមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ឱ្យស្របតាមស្តង់ដានៅតាមរាជធានី-ខេត្ត សំដៅបង្កើនភាពងាយស្រួលដល់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិទទួលបានព័ត៌មានទេសចរណ៍កាន់តែងាយស្រួល។	**១- បង្កើនប្រសិទ្ធភាពផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានតាមគ្រប់មធ្យោបាយ** • បង្កើតប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទេសចរណ៍តាមអនឡាញ • ការរៀបចំឯកសារ វីដេអូផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍នៅទូទាំងរាជធានី-ខេត្ត **២- ផ្នែកសាងសង់មណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍នៅតាមរាជធានី-ខេត្តឱ្យស្របតាមស្តង់ដា** **៣- រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងមណ្ឌលពិព័រណ៍ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក** **៤- ធ្វើទំនើបកម្មមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកនៅតាមរាជធានី-ខេត្ត** • រៀបចំប្រព័ន្ធផ្តល់ព័ត៌មានទេសចរណ៍ • រៀបចំបំពាក់សម្ភារៈបច្ចេកវិទ្យាបម្រើដល់ការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទេសចរណ៍។ល។

<table>
<tr>
<td>គោលបំណង÷
ការពង្រឹងការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងការបង្កើតមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍តាមរាជធានី-ខេត្ត មានគោលបំណង÷
• ជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកតាមរយៈការផ្តល់ព័ត៌មានទេសចរណ៍គ្រប់គ្រាន់ និងច្បាស់លាស់
• បង្កើនចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង</td>
<td colspan="2">លទ្ធផលនៃគម្រោង÷
១- ការបង្កើតប្រសិទ្ធភាពក្នុងការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទេសចរណ៍ទៅប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ
២- ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងភ្ញៀវទេសចរងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរកព័ត៌មានទេសចរណ៍
៣- មន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទេសចរណ៍មានលទ្ធភាព និងបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រងក្នុងការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទេសចរណ៍
៤- ចូលរួមជំរុញ និងទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរមកប្រទេសកម្ពុជា និងដើរកម្សាន្ត។</td>
</tr>
<tr>
<td>ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷
គម្រោងនេះ មិនមានផ្តល់នូវផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។</td>
<td>រយៈពេល÷
អនុវត្តក្នុងរយៈពេលមធ្យម (២០២២-២០២៣) ដោយក្រសួងទេសចរណ៍។</td>
<td>ថវិកានៃគម្រោង÷
គម្រោងនេះប្រើប្រាស់ថវិកាសរុបប្រមាណ ៤-៥លានដុល្លារអាម៉េរិក។</td>
</tr>
</table>

គម្រោងទី១៥: "ឆ្នាំទស្សនាទេសចរណ៍កម្ពុជា Visit Cambodia Years (២០២២-២០២៣) "

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: លើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

ល.រ.	ចំណងជើងគម្រោង	ភាគីពាក់ព័ន្ធ	ប្រភពថវិកា	អាទិភាពនៃពេលវេលា
គ.១៥	ឆ្នាំទស្សនាទេសចរណ៍កម្ពុជា Visit Cambodia Years (២០២២-២០២៣)	ភ្ញៀវទេសចរ វិស័យឯកជន និង រាជរដ្ឋាភិបាល	រដ្ឋ និងឯកជន	អាទិភាព ២

ទីតាំងគម្រោង	ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង	វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷
ភ្នំពេញ សៀមរាប ព្រះសីហនុ និងខេត្តគោលដៅផ្សេងទៀត	• ក្រសួងទេសចរណ៍, • ក្រសួងព័ត៌មាន • ក្រសួងការបរទេស និង សហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ • វិស័យឯកជន • រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត	១- ស្វែករកដៃគូសហការពីវិស័យឯកជនក្នុងការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍នានា (វប្បធម៌កីឡា,....) ២- បង្កើតក្រុមការងារ (រដ្ឋ-ឯកជន) សម្រាប់យុទ្ធនាការឆ្នាំទស្សនាទេសចរណ៍កម្ពុជា ៣- រៀបចំផែនការសកម្មភាពនៃការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ចងក្រងជាឆ្នាំទស្សនាទេសចរណ៍កម្ពុជា។ល។

សារៈសំខាន់	សកម្មភាពអនុវត្តគម្រោង
សារៈ÷ ដើម្បីស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាទាមទារឱ្យមាននូវការជំរុញ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ក្នុងកម្រិតខ្ពស់ពិសេសដំណាក់កាលក្រោយជំងឺឆ្លងកូវីដ-១៩។ ដូច្នេះ ក្រសួងទេសចរណ៍គួរកំណត់យកឆ្នាំ ២០២២-២០២៣ ជាឆ្នាំទស្សនាទេសចរណ៍កម្ពុជា ពិសេសយកឆ្នាំ២០២៣ ដែលកម្ពុជារៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍កីឡាដ៏ធំ (SEA Game 2023)។	**សកម្មភាពអនុវត្តគម្រោង÷** **១- រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍** - រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍នានា ដែលបានគ្រោងទុកក្នុងផែនការកាលពីដើមឆ្នាំ២០២០ ជាអាទិ៍ ព្រឹត្តិការណ៍កីឡាម៉ារ៉ាតុង ព្រឹត្តិការណ៍ Mozart នៅឆ្នាំ២០២១។ល។ - ត្រៀមរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ធំៗនៅឆ្នាំ ២០២២ ដូចជា កិច្ចប្រជុំកំពូលអាស៊ាន ការរៀបចំវេទិកាទេសចរណ៍អាស៊ាន (ATF) ការរៀបចំសន្និបាតក្លិបឆ្នេរសមុទ្រដែលស្អាតជាងគេបំផុតលើសកលលោក និងការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ប្រណាំងកង់តំបន់ឆ្នេរ ព្រឹត្តិការណ៍អង្គរសង្ក្រាន្តនៅខេត្តសៀមរាប ជាដើម។

<table>
<tr><td></td><td colspan="2">-នៅឆ្នាំ២០២៣ នឹងមានទូវការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ដ៏សំខាន់បំផុតមួយសម្រាប់កម្ពុជា គឺការទទួលជាម្ចាស់ផ្ទះរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ស៊ីហ្គេមលើកទី៣២ ដែលនឹងអាចទាក់ទាញអ្នកទស្សនាបានច្រើនផងដែរ។
-បង្កើតព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀតនៅតាមបណ្ដារាជធានី-ខេត្ត។
២- រៀបចំសន្និសីទកិច្ចប្រជុំនានា
៣- រៀបចំយុទ្ធនាការស្អាត និងបៃតងផ្សារភ្ជាប់នឹងយុទ្ធនាការឆ្នាំទស្សនាទេសចរណ៍កម្ពុជានេះ
៤- តែងតាំងអនុព័ន្ធអមតាមស្ថានតំណាងនៅទីផ្សារទេសចរណ៍អាទិភាព (អាស៊ាន អាស៊ានបូកបី អឺរ៉ុប អាម៉េរិក ។ល។)</td></tr>
<tr><td>គោលបំណង៖
គម្រោងឆ្នាំទស្សនាទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២២-២០២៣) មានគោលបំណង៖
• ស្ដារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយជំងឺកូវីដ-១៩
• ជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង។</td><td colspan="2">លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង៖
១- បង្កើនចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង
២- បង្កើនភាពប្រកួតប្រជែងទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយជំងឺកូវីដ-១៩
៣- បង្កើនចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិត្រឡប់មកទស្សនាកម្ពុជា។</td></tr>
<tr><td>ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម៖
គម្រោងនេះ មិនមានផ្ដល់នូវផលប៉ះពាល់ ដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។</td><td>រយៈពេល៖
អនុវត្តក្នុងរយៈពេលមធ្យម (២០២២-២០២៣) ដោយក្រសួងទេសចរណ៍ រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត និងផ្នែកឯកជន។</td><td>ថវិកានៃគម្រោង៖
គម្រោងនេះប្រើប្រាស់ថវិកាសរុបប្រមាណ ៦-៨លានដុល្លារអាម៉េរិក។</td></tr>
</table>

គម្រោងទី១៦: “គម្រោងទាក់ទាញទេសចរណ៍ម៉ាយ : កម្ពុជាគោលដៅទេសចរណ៍ម៉ាយ”

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: លើកកម្ពស់ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា

ល.រ.	ចំណងជើងគម្រោង	ភាគីពាក់ព័ន្ធ	ប្រភពថវិកា	អាទិភាពនៃពេលវេលា
គ.១៦	គម្រោងទាក់ទាញទេសចរណ៍ម៉ាយ : កម្ពុជាគោលដៅទេសចរណ៍ម៉ាយ	រដ្ឋ និងឯកជនក្នុងវិស័យទេសចរណ៍	រដ្ឋ និងឯកជន	អាទិភាព ១ ២ និង ៣

ទីតាំងគម្រោង	ភ្នាក់ងារអនុវត្តគម្រោង
រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ	• ក្រសួងទេសចរណ៍ • ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ • ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ • វិស័យឯកជន

វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷

១- ជ្រើសរើសក្រុមហ៊ុនរៀបចំកិច្ចប្រជុំ/សន្និសីទអន្តរជាតិ

២- កំណត់អត្តសញ្ញាណដៃគូសក្តានុពលជាមួយប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងសណ្ឋាគារនានាសម្រាប់ការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍នានា

៣- កំណត់សម្បទាទ្រទ្រង់ការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ម៉ាយ

៤- រៀបចំការផ្សព្វផ្សាយទូលំទូលាយអំពីគម្រោង “កម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ម៉ាយ”

៥- រៀបចំគោលនយោបាយលើកទឹកចិត្តដើម្បីទាក់ទាញក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ការរៀបចំកម្មវិធី

៦- ជំរុញការរៀបចំជា “Special Toursit Visa” និងគោលនយោបាយនានា។ល។ សម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងដំណាក់កាលកូវីដ-១៩។

សារតារ÷

ការទទួលការរៀបចំការប្រជុំ សន្និសីទ និងការតាំងពិព័រណ៍ / ការប្រជុំជាអន្តរជាតិទាក់ទងនឹងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ មានឥទ្ធិពលសម្រាប់លើកកម្ពស់កិត្យានុភាពនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចនាពេលអនាគត និងនាំមកនូវប្រភេទភ្ញៀវទេសចរធុរកិច្ចជន ដែលតែងតែចំណាយច្រើនជាងភ្ញៀវទេសចរទូទៅ។ រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ មានលទ្ធភាពដ៏ល្អឥតខ្ចោះសម្រាប់ភាពជាម្ចាស់ផ្ទះរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍អន្តរជាតិធំៗ ការតាំងពិព័រណ៍ និងកម្មវិធីផ្សេងៗទៀត។ នាពេលខាងមុខកម្ពុជានឹងមានការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ធំៗ ជាអាទិ៍

- ការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍កិច្ចប្រជុំកំពូលអាស៊ាន
- ការរៀបចំសន្និបាតក្លិបឆ្នេរសមុទ្រដែលស្អាតជាងគេបំផុតលើសកលលោក

គោលបំណង÷

គម្រោងនេះមានគោលបំណង÷

សកម្មភាពអនុវត្តគម្រោង÷

១- រៀបចំកិច្ចប្រជុំ សន្និសីទ និងការតាំងពិព័រណ៍នានាអមជាមួយការលើកទឹកចិត្តដល់ក្រុមហ៊ុនរៀបចំទេសចរណ៍ម៉ាយ (ខ្វះការលើកទឹកចិត្តឱ្យភ្ញៀវទស្សនាតំបន់អង្គរ...)

២- រៀបចំសម្បទាទ្រទ្រង់ (កន្លែងប្រជុំ កន្លែងតាំងពិព័រណ៍.....) ស្របតាមស្តង់ដាបន្ទប់ប្រជុំអាស៊ាន

៣- បង្កើនការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន: កម្ពុជាជាគោលដៅទេសចរណ៍ម៉ាយ

៤- រៀបចំឱ្យមានវគ្គបណ្តុះបណ្តាលទ្រទ្រង់ឧស្សាហកម្មម៉ាយ ។

• បង្កើតផលិតផលទេសចរណ៍ម៉ាយ នៅរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ ក្រោយជំងឺកូវីដ-១៩ • ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរធុរកិច្ច • ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរមកម្តងហើយម្តងទៀត • ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរស្នាក់នៅយូរ និងចំណាយខ្ពស់។		
ហេតុផល÷ គោលដៅទេសចរណ៍ទាំងបី (រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ) គឺមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ ដោយមានជាកន្លែងដែលសមនឹងតម្រូវការទេសចរណ៍បែបម៉ាយ និងសណ្ឋាគារខ្នាតអន្តរជាតិ។	**លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង÷** **១-** មានការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ម៉ាយ កម្រិតជាតិ និងអន្តរជាតិនៅកម្ពុជា **២-** មានសម្បទាទ្រទ្រង់ការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ម៉ាយ ពិសេសកន្លែងរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ម៉ាយ មាននៅរាជធានី-ខេត្តទាំង៣ ស្របតាមស្តង់ដាអាស៊ាន។	
ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷ គម្រោងនេះ មិនមានផ្តល់នូវផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។	**រយៈពេល÷** អនុវត្តក្នុង**រយៈពេលខ្លី មធ្យម និងវែង (២០២១-២០២៥)**	**ថវិកានៃគម្រោង÷** ថវិកានៃគម្រោងនេះនឹងកំណត់នាពេលក្រោយ។

១.៣- លើកកម្ពស់អភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍

គម្រោងទី១៧: “គម្រោងកម្មវិធីពង្រឹងសមត្ថភាពក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២០-២០២៣)”

តារាងសង្ខេបនៃគម្រោង

ផ្នែក: លើកកម្ពស់អភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍

ល.រ.	ចំណងជើងគម្រោង	ភាគីពាក់ព័ន្ធ	ប្រភពថវិកា	អាទិភាពពេលវេលា
គ.១៧	គម្រោងកម្មវិធីពង្រឹងសមត្ថភាពក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា (២០២០-២០២៣)	ក្រសួងទេសចរណ៍ រដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ និងវិស័យឯកជន	ទីភ្នាក់ងារបារាំងសំរាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ (AFD)	អាទិភាព ១ និង២

<table>
<tr><th>ទីតាំងគម្រោង</th><th>អង្គភាពអនុវត្តគម្រោង</th><td rowspan="3">វិធីសាស្ត្រនៃការអនុវត្ត÷
គម្រោងពង្រឹងសមត្ថភាពក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាត្រូវបានគាំទ្រក្រោមគម្រោងហិរញ្ញប្បទាននៃទីភ្នាក់ងារបារាំងសំរាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ (AFD)។</td></tr>
<tr><td>រាជធានី-ខេត្ត</td><td>• ក្រសួងទេសចរណ៍
• ទីភ្នាក់ងារបារាំងសំរាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ (AFD)</td></tr>
<tr><td colspan="2">សាវតារ÷
កម្មវិធីពង្រឹងសមត្ថភាពក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ គឺជាគំនិតផ្តួចផ្តើមមួយរបស់ក្រសួងទេសចរណ៍កម្ពុជា និងក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ ក្រោមជំនួយហិរញ្ញប្បទានពីទីភ្នាក់ងារបារាំងសំរាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ (AFD)។

កម្មវិធីពង្រឹងសមត្ថភាពក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ គឺជាផ្នែកមួយនៃសសរស្តម្ភពីរ ដើម្បីផ្តល់ការគាំទ្រដល់វិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាតាមរយៈការពង្រឹងសមត្ថភាព (រដ្ឋ-ឯកជន) ឱ្យកាន់តែខ្លាំងថែមទៀត ស្របតាមស្មារតីនៃគោលនយោបាយជាតិទេសចរណ៍។</td></tr>
<tr><td colspan="2">គោលបំណង÷
គម្រោងនេះ មានគោលបំណង៣ រួមមាន÷
១- ការពង្រឹងសមត្ថភាពផ្នែកឯកជនតាមរយៈការគាំទ្រដល់ការពង្រឹងរចនាសម្ព័ន្ធសមាគមវិជ្ជាជីវៈក្នុងវិស័យទេសចរណ៍</td><td>សមាសភាពអនុវត្តគម្រោង÷
សមាសភាគទី១: រចនាសម្ព័ន្ធ និងពង្រឹងសមត្ថភាពវិស័យឯកជន - ក្នុងសមាសភាគទី១ នេះមានបំណងពង្រឹងរចនាសម្ព័ន្ធសមាគមវិជ្ជាជីវៈ កសាងសមត្ថភាពផ្នែកឯកជន បង្កើនវិសាលភាព និងភាពជាតំណាងរបស់សមាគមវិជ្ជាជីវៈ និងពង្រឹងពហុជំនាញ និងសកម្មភាពភាពជាដៃគូរវាងស្ថាប័នរដ្ឋ និងផ្នែកឯកជន</td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>២- ការពង្រឹងសមត្ថភាពផ្នែករដ្ឋ ដើម្បីអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រជាតិរបស់ខ្លួន និង ដើម្បីគាំទ្រដល់កិច្ចសន្ទនារវាងស្ថាប័នរដ្ឋ និងផ្នែកឯកជន
៣- ការរៀបចំ និងបង្កើននូវកិច្ចសន្ទនារវាងផ្នែករដ្ឋ និងឯកជន។

គោលបំណងនេះនឹងចូលរួមដល់ការពង្រឹងយន្តការអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ឆ្លើយតបនឹងវិធានការក្រោយជំងឺឆ្លងកូវីដ-១៩។</td>
<td colspan="2">សមាសភាគទី២: កសាងសមត្ថភាពវិស័យសាធារណៈ- ក្នុងសមាសភាពទី២ នេះមានបំណងគាំទ្រអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រថ្នាក់ជាតិ របស់ក្រសួងទេសចរណ៍ និងគាំទ្រកិច្ចសន្ទនារវាងស្ថាប័នរដ្ឋ និងផ្នែកឯកជន
សមាសភាគទី៣: មូលនិធិសម្រាប់ការសិក្សា និងគម្រោងសាកល្បង - ក្នុងសមាសភាពទី៣ នេះមានបំណងរកមូលនិធិ សម្រាប់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងរៀបចំគម្រោងសាកល្បងទេសចរណ៍នានា។</td>
</tr>
<tr>
<td rowspan="2">ផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម÷
គម្រោងនេះ មិនមានផ្តល់នូវផលប៉ះពាល់ដល់សង្គម និងបរិស្ថាន។</td>
<td colspan="2">លទ្ធផលរំពឹងទុកនៃគម្រោង÷
១- ពង្រឹងសមត្ថភាពវិស័យឯកជន សមាគមវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ និងពង្រឹងយន្តការភាពជាដៃគូរដ្ឋ-ឯកជន
២- ពង្រឹងអភិបាលកិច្ចទេសចរណ៍ឆ្លើយតបនឹងវិធានការក្រោយជំងឺកូវីដ-១៩។</td>
</tr>
<tr>
<td>រយៈពេល÷
អនុវត្តរយៈពេលខ្លី និងមធ្យម (២០២០-២០២៣) ដោយក្រសួងទេសចរណ៍ និងទីភ្នាក់ងារបារាំងសំរាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ (AFD)។</td>
<td>ថវិកានៃគម្រោង÷
គម្រោងនេះមានហិរញ្ញប្បទានក្រោមគម្រោងពង្រឹងសមត្ថភាពក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ (TCBP)។</td>
</tr>
</table>

ឧបសម្ព័ន្ធទី២. ស្ថិតិភ្ញៀវទេសចរជាតិ-អន្តរជាតិចាប់ពីថ្ងៃទី១៧-២១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២០ នាឱកាសឈប់សម្រាកសងពិធីបុណ្យចូលឆ្នាំប្រពៃណីជាតិខ្មែរ

ល.រ	គោលដៅ	ជាតិ	អន្តរជាតិ	សរុប
1	រាជធានីភ្នំពេញ	43,810	3,053	46,863
2	កំពង់ធំ	19,409	60	19,469
3	ឧត្តរមានជ័យ	11,040	10	11,050
4	ព្រះវិហារ	60,337	241	60,578
5	សៀមរាប	212,000	2,047	214,047
6	ព្រះសីហនុ	111,468	4,878	116,346
7	កំពត	180,075	679	180,754
8	កែប	145,856	527	146,383
9	កោះកុង	44,166	318	44,484
10	ក្រចេះ	16,405	296	16,701
11	មណ្ឌលគិរី	43,510	204	43,714
12	រតនគិរី	50,449	179	50,628
13	ស្ទឹងត្រែង	96,78	6	9,684
14	បន្ទាយមានជ័យ	28,153	0	28,153
15	បាត់ដំបង	132,524	825	133,349
16	ប៉ៃលិន	21,721	5	21,726
17	ពោធិ៍សាត់	59,372	34	59,406
18	កំពង់ចាម	35,290	146	35,436
19	កំពង់ឆ្នាំង	45,214	0	45,214
20	កំពង់ស្ពឺ	39,931	426	40,357
21	កណ្តាល	52,901	137	53,038
22	ព្រៃវែង	17,540	0	17,540
23	ស្វាយរៀង	4,028	4	4,032
24	តាកែវ	40,835	61	40,896
25	ត្បូងឃ្មុំ	19,526	12	19,538
សរុបរួម		**1,445,238**	**14,148**	**1,459,386**

ប្រភព: មន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត

ឧបសម្ព័ន្ធទី៣. របាយការណ៍ស្ថិតិអាជីវកម្មទេសចរណ៍បានបិទ និងព្យួរទូទាំងប្រទេស ឆ្នាំ២០២០

១. ចំនួនមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលបានប៉ះពាល់ (ផ្អាក ឬព្យួរ) ទូទាំងប្រទេស គិតត្រឹមថ្ងៃទី៣០ ខែធ្នូ ឆ្នាំ ២០២០

- មូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍សុរបទូទាំងប្រទេសមានចំនួន ១០ ៣៦៣ទីតាំង ដែលមានបុគ្គលិកបំរើការសុរប ចំនួន ១២៣ ៩៤៥នាក់ ។
- មូលដ្ឋានអាជីវកម្មដែលបានផ្អាក ឬព្យួរសុរបទូទាំងប្រទេសចំនួន ៣ ៤២៩ទីតាំង (ស្មើនឹង ៣៣,០៩% នៃអាជីវកម្មទេសចរណ៍សុរប) និងមានបុគ្គលិកដែលបានប៉ះពាល់សុរបចំនួន ៥៤ ២៥៣នាក់ (ស្មើនឹង ៤៣,៧៧% នៃចំនួនបុគ្គលិកសុរប)។

២. ចំនួនមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលបានប៉ះពាល់ (បិទ ឬផ្អាក) រាជធានី-ខេត្ត ក្រុង ចំនួន ០៧គោលដៅ ដែលបានអន្តរាគមន៍ពីរាជរដ្ឋាភិបាល គិតត្រឹមថ្ងៃទី៣០ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២០

- មូលដ្ឋានអាជីវកម្មរាជធានី-ខេត្ត ក្រុង ចំនួន ០៧គោលដៅ មានចំនួន ៦ ៦៩៨ទីតាំង ដែលមានបុគ្គលិកសុរប ចំនួន ៩៧ ៧៣០នាក់។
- មូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលបានប៉ះពាល់ (ផ្អាក ឬព្យួរ) សុរបចំនួន ២ ៦០៥ទីតាំង ដែលមានបុគ្គលិកប៉ះពាល់ចំនួន ៣៧ ៣៣២នាក់ ដែលទទួលបានការគាំទ្រពិសេសពីរាជរដ្ឋាភិបាល។ ដូចមានបរិយាយខាងក្រោម÷

ក. រាជធានីភ្នំពេញ

- អាជីវកម្មផ្អាក ឬព្យួរចំនួន ៩២៩ទីតាំង (ស្មើនឹង ២៥,៨៨%) ធៀបនឹងអាជីវកម្មសុរប ៣ ៥៨៩ ទីតាំង
- បុគ្គលិកប៉ះពាល់ ១៦ ៧១៨នាក់ (ស្មើនឹង ២៨,៨១%) ធៀបនឹងបុគ្គលិកសុរប ៥៨ ០១២ នាក់

ខ. ខេត្តសៀមរាប

- អាជីវកម្មផ្អាក ឬព្យួរចំនួន ៨២១ទីតាំង (ស្មើនឹង ៧៣,៨៩%) ធៀបនឹងអាជីវកម្មសុរប ១ ១១១ទីតាំង
- បុគ្គលិកប៉ះពាល់ ១២,៤០៥នាក់ (ស្មើនឹង ៦០.០២%) ធៀបនឹងបុគ្គលិកសុរប ២០,៦៦៧ នាក់

គ. ខេត្តព្រះសីហនុ

- អាជីវកម្មផ្អាក ឬព្យួរចំនួន ៥៨១ទីតាំង (ស្មើនឹង ៦៤.១៩%) ធៀបនឹងអាជីវកម្មសុរប ៩០៥ទីតាំង
- បុគ្គលិកប៉ះពាល់ ៤,៧៥០នាក់ (ស្មើនឹង ៤០.២៤%) ធៀបនឹងបុគ្គលិកសុរប ១១,៨០៤ នាក់

ឃ. ខេត្តកែប

- អាជីវកម្មផ្អាក ឬព្យួរចំនួន ១៧ទីតាំង (ស្មើនឹង ១៤.២៨%) ធៀបនឹងអាជីវកម្មសុរប ១១៩ទីតាំង
- បុគ្គលិកប៉ះពាល់ ២១១នាក់ (ស្មើនឹង ២១.១៨%) ធៀបនឹងបុគ្គលិកសុរប ៩៩៦ នាក់

ង. ខេត្តកំពត

- អាជីវកម្មផ្អាក ឬព្យួរចំនួន ១៣៣ទីតាំង (ស្មើនឹង ២១.២៤%) ធៀបនឹងអាជីវកម្មសុរប ៦២៦ទីតាំង
- បុគ្គលិកប៉ះពាល់ ១,១១៥នាក់ (ស្មើនឹង ៣៣.៦៩%) ធៀបនឹងបុគ្គលិកសុរប ៣,៣០៩នាក់

ច. ក្រុងបាវិត

- អាជីវកម្មផ្អាក ឬព្យួរចំនួន ៨៩ទីតាំង (ស្មើនឹង ៥១.៧៤%) ធៀបនឹងអាជីវកម្មសុរប ១៧២ទីតាំង
- បុគ្គលិកប៉ះពាល់ ១,៤៩៣នាក់ (ស្មើនឹង ៧៦.២៩%) ធៀបនឹងបុគ្គលិកសុរប ១,៩៥៧នាក់

ឆ. ក្រុងប៉ោយប៉ែត

- អាជីវកម្មបិទ ឬផ្អាកចំនួន ៥៩ទីតាំង (ស្មើនឹង ៣៣.១៤%) ធៀបនឹងអាជីវកម្មសុរប ១៧៨ទីតាំង
- បុគ្គលិកប៉ះពាល់ ៧៣៦នាក់ (ស្មើនឹង ៦៦.៩៩%)ធៀបនឹងបុគ្គលិកសុរប ១,០៩៩នាក់។

ប្រភព : ក្រសួងទេសចរណ៍

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះ **ឯកឧត្តមអគ្គបណ្ឌិតសភាចារ្យ អូន ព័ន្ធមុនីរ័ត្ន ឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រី រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ** និង **ឯកឧត្តមបណ្ឌិត ថោង ខុន រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍** ចំពោះការណែនាំដល់ក្រុមការងាររៀបចំផែនទីចង្អុលផ្លូវ (Roadmap) ស្តីពីផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ប្រកបដោយជោគជ័យ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណចំពោះ **ឯកឧត្តម ហ៊ុន ម៉ានី ប្រធានគណៈកម្មការអប់រំ យុវជន កីឡា ធម្មការ កិច្ចការសាសនា វប្បធម៌ និងទេសចរណ៍នៃរដ្ឋសភា** ចំពោះការផ្តល់នូវធាតុចូលដ៏មានតម្លៃសម្រាប់ខ្លឹមសារនៃផែនទីចង្អុលផ្លូវ។

សូមគោរពជូនពរ ឯកឧត្តម សូមទទួលបាននូវពុទ្ធពរទាំង៤ប្រការ គឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ និងពលៈ កុំបីឃ្លាងឃ្លាតឡើយ។

ក្រុមការងាររៀបចំផែនទីចង្អុលផ្លូវ

១-	**ឯកឧត្តម ណេប សាមុត**	អគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ និងជាប្រធានលេខាធិការដ្ឋានក្រុមការងារដើម្បីជំរុញ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិ និងក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩ (COVID-19)
២-	**ឯកឧត្តម ថោង រដ្ឋសក្តិ**	អគ្គនាយកអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ
៣-	**ឯកឧត្តម ឆាយ យុនឡុង**	ទីប្រឹក្សាក្រសួងទេសចរណ៍ និងជាអគ្គនាយករងគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍
៤-	**ឯកឧត្តម អាំង សុវណ្ណរ័ត្ន**	អគ្គលេខាធិការរង គ.ជ.វ.ទ និងជាអគ្គនាយករងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ
៥-	លោក លន់ ប៊ុនធឿន	ប្រធាននាយកដ្ឋានវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត
៦-	លោកស្រី ហេង ស្រស់	អនុប្រធាននាយកដ្ឋានទីភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូន និងមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍
៧-	លោក ហ្គាវិន បេល	ប្រធានក្រុមការងារទីប្រឹក្សាបច្ចេកទេស និងជាអ្នកជំនាញការអន្តរជាតិផ្នែកទេសចរណ៍
៨-	លោក មឿន ពន្លក	អនុប្រធានការិយាល័យនៃនាយកដ្ឋានវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត
៩-	កញ្ញា ចាន់ ផល្លីកា	អនុប្រធានការិយាល័យនៃនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ និងម្ហូបអាហារ
១០-	លោក សេង វិរៈយុទ្ធ	មន្ត្រីជំនួយការអគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍
១១-	លោក សុន សំណាង	មន្ត្រីជំនួយការអគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍
១២-	លោក នៅ បញ្ញា	មន្ត្រីជំនួយការអគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

ក្រុមការងារពិគ្រោះយោបល់

១-	**ឯកឧត្តម ទិត ចន្ថា**	រដ្ឋលេខាធិការប្រចាំការក្រសួងទេសចរណ៍
២-	**ឯកឧត្តម ជា ប៉ូវ៉ា**	រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងទេសចរណ៍
៣-	**ឯកឧត្តម សុង តុងហាប់**	អនុរដ្ឋលេខាធិការក្រសួងទេសចរណ៍
៤-	**ឯកឧត្តម ជា កុសល**	អនុរដ្ឋលេខាធិការ និងជានាយកខុទ្ទកាល័យក្រសួងទេសចរណ៍
៥-	**ឯកឧត្តម ជួន ជ័យសត្យា**	អគ្គលេខាធិការរង គ.ជ.វ.ទ និងជាប្រធាននាយកដ្ឋានជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងអប់រំការយល់ដឹងជាសាធារណៈ
៦-	**ឯកឧត្តម គឹម សេរីរដ្ឋ**	អគ្គលេខាធិការរង គ.ជ.វ.ទ និងជាប្រធាននាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រង សេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ និងម្ហូបអាហារ
៧-	លោកស្រី សាយ៉ា ម៉ារតា	អ្នកជំនាញការជាតិផ្នែកទេសចរណ៍
៨-	លោក គង់ គួគួ	ប្រធានការិយាល័យនៃនាយកដ្ឋានវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត

រៀបចំដោយ

MINISTRY OF TOURISM

CAMBODIA
Kingdom of Wonder
feel the warmth

សូមថ្លែងអំណរគុណ

គណៈកម្មការអប់រំ យុវជន កីឡា
ធម្មការ កិច្ចការសាសនា វប្បធម៌ និងទេសចរណ៍

MINISTRY OF ECONOMY AND FINANCE

NATIONAL COMMITTEE FOR CLEAN CITY ASSESSMENT

AFD
AGENCE FRANÇAISE
DE DÉVELOPPEMENT