ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

## រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា

# ផែនការមេ
# អភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប
# ឆ្នាំ២០២១-២០៣៥

អនុម័តដោយរាជរដ្ឋាភិបាល ថ្ងៃទី៣០ ខែមីនា ឆ្នាំ២០២១

**សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន**

**នាយករដ្ឋមន្ត្រី នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា**

**អារម្ភកថា**

ផ្តើមចេញពី “**នយោបាយឈ្នះ ឈ្នះ**” កម្ពុជាបច្ចុប្បន្ន មានសុខសន្តិភាព ស្ថិរភាពនយោបាយ សន្តិសុខ សណ្តាប់ធ្នាប់ពេញលេញ។ សន្តិភាពដែលរកបានមកដោយលំបាកនេះ គឺជាមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការអភិវឌ្ឍលើគ្រប់វិស័យ រួមទាំងវិស័យទេសចរណ៍ ដែលបានឆ្លងកាត់ដំណាក់កាលអភិវឌ្ឍដ៏វែងឆ្ងាយ។ រាជរដ្ឋាភិបាលបានខិតខំប្រឹងប្រែងអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ ដោយសម្រេចបានសមិទ្ធផលគួរជាទីមោទនៈ ពោលគឺពីចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិជិត **៣០ ម៉ឺននាក់ នៅឆ្នាំ ១៩៩៨** កើនឡើងដល់ជាង **៦,៦ លាននាក់ នៅឆ្នាំ ២០១៩**។ កម្ពុជាត្រូវបន្តខិតខំដើម្បីសម្រេចទិសដៅអនាគតដែលតម្រូវឱ្យមានការកំណត់មាគ៌ាដឹកនាំការអភិវឌ្ឍប្រទេសជាតិដែលគ្រប់គ្រងបាននូវឧបសគ្គ និងផ្តល់ក្តីសង្ឃឹម មានភាពប្រាកដនិយម រក្សាបាននូវសុខដុមនីយកម្ម និងចីរភាពនៃដំណើរការអភិវឌ្ឍរបស់ខ្លួន។ ដោយឈរលើស្មារតីនេះ **ការរៀបចំផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥** បានឆ្លុះបញ្ចាំងពីឆន្ទៈរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលដែលចាត់ទុក “**វិស័យទេសចរណ៍ជា មាសបៃតង**” ចូលរួមដល់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច សង្គម ការលើកស្ទួយវប្បធម៌ជាតិ និងទ្រទ្រង់ដល់កិច្ចគាំពារ បរិស្ថាន យ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព។

រាជរដ្ឋាភិបាលប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប និងតំបន់ជុំវិញ ជា “**គោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាព**” មានការគ្រប់គ្រងលើការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ច្បាស់លាស់ និងកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់តំបន់អង្គរ និងធនធានធម្មជាតិបានជាអតិបរមាសំដៅទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរមកកម្សាន្តច្រើនផង ពិសេសភ្ញៀវទេសចរកម្រិតខ្ពស់ដើម្បីបង្កើននូវប្រភពចំណូលជូនជាតិ និងប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន។

ក្រៅពីប្រាសាទអង្គរវត្តដ៏ល្បីល្បាញ និងប្រាសាទបុរាណដទៃទៀតជាច្រើន លាតសន្ធឹងលើផ្ទៃដី **៤០១ គីឡូម៉ែត្រការ៉េ** ដែលត្រូវបានចុះក្នុងបញ្ជីបេតិកភណ្ឌពិភពលោកដោយអង្គការយូណេស្កូ នៅឆ្នាំ១៩៩២ ទឹកដីខេត្តសៀមរាបក៏មានសម្បត្តិធនធានដ៏វិសេសវិសាលដទៃទៀត ដូចជាឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែនដែលជាទឹកដីដ៏ពិសិដ្ឋរបស់ដូនតា និងធ្លាប់ជារាជធានីបុរាណរបស់អាណាចក្រខ្មែរ និងតំបន់បឹងទន្លេសាបដែលសម្បូរទៅដោយជីវៈចម្រុះ និងធនធានកម្រ។ ទន្ទឹមនេះ ក្រុងសៀមរាបក៏បាននិងកំពុងប្រែក្លាយរូបរាងជាទីក្រុងបេតិកភណ្ឌទំនើប ជាមួយនឹងកំណើននៃមូលដ្ឋានអាជីវកម្មដែលបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ ដូចជា សណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន ហាងលក់ទំនិញ។ល។ ចំណែកឯតំបន់ជុំវិញក៏មានបង្កប់ទៅដោយប្រពៃណីទំនៀមទម្លាប់ ដែលនៅបន្តប្រកាន់ខ្ជាប់នូវក្នុងការរស់នៅប្រចាំថ្ងៃ ភ្ជាប់ជាមួយស្នាមញញឹមដ៏កក់ក្តៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរ។

ដើម្បីអាចដើរតាមទស្សនវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាពបាន ផែនការមេត្រូវកំណត់វិសាលភាពរួមគឺរួមបញ្ចូលទាំង**ទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងទេសចរណ៍ធម្មជាតិ** ខណៈដែលបច្ចុប្បន្នការទស្សនាប្រាសាទអង្គរគឺជាមូលហេតុចម្បងតែមួយរបស់ភ្ញៀវទេសចរដែលមកកាន់ខេត្តសៀមរាប។ ផែនការមេនេះ ត្រូវធ្វើការសិក្សា និងកំណត់

ឱ្យបាននូវយុទ្ធសាស្ត្រ ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញនៃតំបន់សៀមរាបទាំងមូលព្រមទាំងតំបន់ជុំវិញ ដែលមានលើសពីការទស្សនាប្រាសាទ ដោយត្រូវផ្សារភ្ជាប់ជាមួយសកម្មភាពកម្សាន្តដ៏សម្បូរបែប។ ក្នុងន័យនេះ ខេត្តសៀមរាបត្រូវពង្រឹងលក្ខណសម្បត្តិរបស់ខ្លួន សម្រាប់ចាប់យកកាលានុវត្តភាពដែលមានលើទីផ្សារអន្តរជាតិ និងត្រៀមខ្លួនឱ្យបានរួចរាល់ចំពោះបញ្ហាប្រឈមថ្មីៗ ដូចជានិន្នាការនៃការថយចុះនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោក សង្គ្រាមពាណិជ្ជកម្មរវាងប្រទេសមហាអំណាចពិភពលោក និងឥទ្ធិពលនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ១៩។

**ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥** ត្រូវគោរពតាមគោលការណ៍អភិរក្ស និងប្រើប្រាស់គុណសម្បត្តិវប្បធម៌ និងធម្មជាតិទាំងនេះឱ្យបានជាអតិបរមា តាមរយៈការពង្រីកបន្ថែមនូវសកម្មភាព និងព្រឹត្តិការណ៍កម្សាន្តនានា ដើម្បីបង្កើនភាពពេញចិត្ត ភាពទាក់ទាញដល់ភ្ញៀវទេសចរ ឈានទៅបង្កើនរយៈពេលស្នាក់នៅក៏ដូចជាបង្កើនការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរ និងចាប់យកតម្លៃបន្ថែមពីវិស័យទេសចរណ៍ខ្ពស់ជាងមុន ដើម្បីបានជាប្រយោជន៍ដល់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងខេត្តសៀមរាប និងប្រទេសកម្ពុជា។ ផែនការមេនេះត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយផ្អែកលើ**អភិក្រមគោលចំនួន២÷**

**ទី១.** ការគ្រប់គ្រងប្រកបដោយនិរន្តរភាពទៅលើសម្បត្តិបេតិកភណ្ឌទាំងរូបី និងអរូបី ប្រកបដោយគុណតម្លៃវិសេសវិសាល។

**ទី២.** ការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ និងបរិយាបន្ន ដែលមានការគិតគូរដល់ផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមសម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន។

រាជរដ្ឋាភិបាលជឿជាក់ថា ការរៀបចំផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបនេះ នឹងក្លាយជាយន្តការដ៏មានសារៈសំខាន់ចាំបាច់ សម្រាប់ការឆ្លើយតបទៅនឹងស្ថានភាពនាពេលបច្ចុប្បន្នក៏ដូចជាអនាគត ជាពិសេសសម្រេចឱ្យបាននូវបំណងប្រាថ្នារួមទាំងអស់គ្នា ដូចខាងក្រោម÷

**បំណងប្រាថ្នាទី១÷** សៀមរាបគឺជាខេត្តទេសចរណ៍អន្តរជាតិដ៏គួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ និងមានការទទួលស្គាល់លក្ខណៈជាសកលលើការអភិរក្ស និងកិច្ចគាំពារសម្បត្តិបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ និងបរិស្ថានធម្មជាតិ ដោយផ្ដល់ជូននូវធនធានទេសចរណ៍ និងភាពទាក់ទាញជាច្រើនទៀត។

**បំណងប្រាថ្នាទី២÷** ធានាឱ្យបានផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច-សង្គមជាអតិបរមាពីវិស័យទេសចរណ៍ពោលគឺតំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រអង្គរ តំបន់ទីក្រុងដែលមានស្ទឹងសៀមរាប តំបន់ទន្លេសាប ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន និងតំបន់ជនបទដែលជាគោលដៅទេសចរណ៍ត្រូវតែភ្ជាប់ជាមួយការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។

**បំណងប្រាថ្នាទី៣÷** ខេត្តសៀមរាបត្រូវតែជា**គោលដៅទេសចរណ៍មានគុណភាព** សំដៅទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរមកកម្សាន្តបានម្ដងហើយម្ដងទៀត និងភ្ញៀវទេសចរកម្រិតខ្ពស់អាច បង្កើននូវចំណូលជូនប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន និងកសាងសេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋានប្រកបដោយបរិយាបន្ន។

ដោយឈរលើស្មារតីនៃ**ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍គ្រប់ជ្រុងជ្រោយ** ខ្ញុំសូមសំដែងការគាំទ្រលើការកំណត់ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងអនុសាសន៍ជាក់ស្ដែងក្នុង **"ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥"** ដែលឈរលើ **បង្គោលចរ២** គឺ÷

**ទី១.** លើកឡើងនូវ**អនុសាសន៍រយៈពេលខ្លី (២០២១-២០២៣)** អមជាមួយការដាក់ចេញនូវវិធានការចាំបាច់បន្ទាន់ ដើម្បីធានាកំណើនទេសចរណ៍ក្នុងអត្រាវិជ្ជមាន និងអាចគ្រប់គ្រងបាន ពិសេសការគ្រប់គ្រងលំហូរភ្ញៀវទេសចរ។

**ទី២.** លើកឡើងនូវ**អនុសាសន៍រយៈពេលមធ្យម (២០២៤-២០៣០) និងរយៈពេលវែង (២០៣១-២០៣៥)** សំដៅដាក់ចេញវិធានការរយៈពេលវែងសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ធានាបាននិរន្តរភាព និងជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាពក្នុងរយៈពេលមធ្យម និងវែង ដោយផ្តល់អាទិភាពដល់ការអភិរក្សធនធានបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ និងបរិស្ថានធម្មជាតិ ប្រកបដោយចីរភាព អមជាមួយការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ និងសកម្មភាពទេសចរណ៍ឱ្យសម្បូរបែប ប្រកបដោយគុណភាព ផ្តល់ផលប្រយោជន៍ប្រកបដោយសមធម៌ និងបរិយាបន្នដល់ប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន។

ក្របខ័ណ្ឌរួមនៃចក្ខុវិស័យរបស់**ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥** គឺ **“ការក្តាប់យកមកវិញនូវមោទនភាពជាគោលដៅទេសចរណ៍ចម្បងបំផុតរបស់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា** និងជា**គោលដៅទេសចរណ៍ចម្បងក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍”**។

ដើម្បីសម្រេចតាមចក្ខុវិស័យ និងបំណងប្រាថ្នាខាងលើនេះ **រាជរដ្ឋាភិបាល**កំណត់យក**ខេត្តសៀមរាបជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាព** ឆ្ពោះទៅឆ្នាំ២០៣៥។ ដោយឈរលើទស្សនទាន**“អភិរក្សដើម្បីអភិវឌ្ឍ អភិវឌ្ឍដើម្បីអភិរក្ស”** តម្រូវឱ្យមានការ **“រួមគិត រួមធ្វើ រួមទទួលខុសត្រូវ”** ពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ **“រដ្ឋ-ឯកជន-ប្រជាពលរដ្ឋ-ដៃគូអភិវឌ្ឍ”**។ ក្នុងន័យនេះ **រាជរដ្ឋាភិបាល**មានតួនាទីបង្កើតបរិយាកាសអនុគ្រោះអំណោយផលដល់ការអនុវត្តតាមផែនការសកម្មភាព ដែលមានចែងក្នុងផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍នេះ ព្រមទាំងត្រូវធ្វើអន្តរាគមន៍នៅពេលចាំបាច់ដើម្បីតម្រង់ទិសយន្តការទីផ្សារសំដៅធានាឱ្យគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ អាចចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍អមជាមួយនឹងការចែករំលែកផ្លែផ្កានៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយសមធម៌ **“ដោយមិនទុកឱ្យអ្នកណាម្នាក់ស្ថិតនៅក្រៅការអភិវឌ្ឍ” ជាអាទិ៍÷** ការកំណត់គោលនយោបាយ ដាក់ចេញទិសដៅនៃការអភិវឌ្ឍ កសាងបទប្បញ្ញត្តិ និងនីតិវិធីគ្រប់គ្រង ដោយតម្រូវឱ្យតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពទាំង**៦÷ តំបន់ឧទ្យានជាតិព្រះជ័យវរ្ម័ន-នរោត្តម-“ភ្នំគូលែន”, តំបន់ជុំវិញតំបន់ការពារប្រាសាទបន្ទាយស្រី, តំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ, តំបន់ក្រុងសៀមរាប, តំបន់បឹងទន្លេសាប, តំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មី** ត្រូវមានយន្តការគ្រប់គ្រងច្បាស់លាស់ក្រោមទម្រង់នៃ**អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍** រៀងៗខ្លួន អមជាមួយការគាំទ្រវិនិយោគសាធារណៈ និងឯកជន ព្រមទាំងផ្គត់ផ្គង់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងការសម្របសម្រួលចាំបាច់នានាដល់ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធដោយហេតុថាវិស័យទេសចរណ៍មានលក្ខណៈអន្តរវិស័យ។

ក្នុងនាមរាជរដ្ឋាភិបាល ខ្ញុំសូមស្នើគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ត្រូវផ្តល់អាទិភាព ដល់ការដាក់ឱ្យអនុវត្តជាក់ស្តែងនូវ**ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប**នេះ ដើម្បីរួមចំណែកក្នុងការលើកកម្ពស់ **“វិស័យទេសចរណ៍ជាមាសបៃតង”** យ៉ាងពិតប្រាកដ និងជាវិស័យដែលចូលរួមដល់ការសម្រេចនូវគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព ឆ្នាំ២០៣០។

ថ្ងៃ អង្គារ ២ រោច ខែ ចេត្រ ឆ្នាំជូត ទោស័ក ព.ស.២៥៦៤

**ធ្វើនៅរាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី ៣០ ខែ មីនា ឆ្នាំ២០២១**

**ហ៊ុន សែន**

# ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ២០២១-២០៣៥

## មាតិកា


**សេចក្តីផ្តើម**........................................................................................................១

១- ចក្ខុវិស័យ........................................................................................................១

២- គោលបំណង......................................................................................................១

៣- គោលដៅ..........................................................................................................២

**ជំពូកទី១ ស្ថានភាពរួម និងការវិភាគជម្រើសអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥**.......៥

ផ្នែកទី១ : វិភាគស្ថានភាពទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប..................................................៥

១- និន្នាការនៃទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប....................................................................៥

២- ការវិភាគ ចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យ(SWOT) សម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប..........................................................................................................៦

**ផ្នែកទី២ : ការវិភាគជម្រើសអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប**..................................៧

១- ការវិភាគគោលដៅបរិមាណវិស័យ........................................................................៧

២- ការវិភាគតាមបែបគុណវិស័យ............................................................................១១

**ជំពូកទី២ យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥**..............................១៤

**ផ្នែកទី១ : យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍តំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាព**..................................................១៤

១- តំបន់ឧទ្យានជាតិព្រះជ័យវរ្ម័ន- នរោត្តម-“ភ្នំគូលែន”..................................................១៤

២- តំបន់ជុំវិញតំបន់ការពារប្រាសាទបន្ទាយស្រី.............................................................២១

៣- តំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ......................................................................................២៦

៤- តំបន់ក្រុងសៀមរាប : ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌប្រវត្តិសាស្ត្រ.............................................២៩

៥- តំបន់បឹងទន្លេសាប : ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងអេកូទេសចរណ៍........................................៣៧

៦- តំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មី...............................................................................៤៣

**ផ្នែកទី២ : យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ**...................................................៤៤

១- ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ បេតិកភណ្ឌ សាសនា និងជំនឿ......................................៤៤

២- ផលិតផលទេសចរណ៍បៃតង................................................................................៤៧

៣- ផលិតផលទេសចរណ៍ម៉ាយ (MICE)......................................................................៤៩

៤- ផលិតផលទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍......................................................៥០

៥- ផលិតផលទេសចរណ៍កីឡា.................................................................................៥២

៦- ផលិតផលទេសចរណ៍វ័យចំណាស់-ទេសចរណ៍សុខភាព និងទេសចរណ៍ផ្ទះទីពីរ ........................ ៥៣

**ផ្នែកទី៣ : យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងទាក់ទាញទេសចរណ៍** ........................ ៥៥

១- ការទាក់ទាញប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ........................ ៥៦

២- ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបតាមគ្រប់រូបភាព និងគ្រប់មធ្យោបាយ ........................ ៥៦

**ផ្នែកទី៤ : យុទ្ធសាស្ត្រពង្រឹងគុណភាព និងនិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍** ........................ ៥៨

១- ការពង្រឹងគុណភាពទេសចរណ៍ ........................ ៥៩

២- ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ........................ ៦១

៣- ការលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋានតាមរយៈការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ........................ ៦៤

**ផ្នែកទី៥ : យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន** ........................ ៦៦

១- ការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង ........................ ៦៧

២- ការលើកកម្ពស់តំបន់បៃតង ........................ ៦៨

៣- ការការពារប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធម្មជាតិ ........................ ៦៩

**ផ្នែកទី៦ : យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងពង្រឹងការតភ្ជាប់គាំទ្រវិស័យទេសចរណ៍** ........................ ៦៩

១- ការជំរុញការតភ្ជាប់ផ្ទៃក្នុង និងអន្តរជាតិ ........................ ៦៩

២- ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យបានជាអតិបរមា ........................ ៧១

**ជំពូកទី៣ ផែនការសកម្មភាព និងអភិបាលកិច្ចសម្រាប់ទ្រទ្រង់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប** ........................ ៧៧

**ផ្នែកទី១ : ផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ទ្រទ្រង់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប** ........................ ៧៧

**ផ្នែកទី២ : យន្តការស្ថាប័ន** ........................ ៧៨

១- យន្តការស្ថាប័នចម្បង ........................ ៧៨

២- យន្តការស្ថាប័នគាំទ្រ ........................ ៨០

**ផ្នែកទី៣ : យន្តការហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ទ្រទ្រង់ដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប** ........................ ៨០

**ផ្នែកទី៤ : ការកសាងសមត្ថភាព** ........................ ៨១

**ផ្នែកទី៥ : យន្តការតាមដាន និងត្រួតពិនិត្យ** ........................ ៨២

**សេចក្តីសន្និដ្ឋាន** ........................ ៨៣

**ឯកសារឧបសម្ព័ន្ធ** ........................ ៨៦

# សេចក្តីផ្តើម

ក្រៅពីប្រាសាទអង្គរវត្តដ៏ល្បីល្បាញ និងប្រាសាទបុរាណដទៃទៀត ខេត្តសៀមរាបក៏មានសម្បត្តិធនធានដ៏វិសេសវិសាលជាច្រើនទៀតដូចជា ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន និងតំបន់បឹងទន្លេសាប ដែលសម្បូរទៅដោយជីវៈចម្រុះ និងធនធានកម្រ។ ទន្ទឹមនេះ ក្រុងសៀមរាបក៏បាននិងកំពុងប្រែក្លាយរូបរាងជាទីក្រុងបេតិកភណ្ឌប្រកបដោយភាពទាក់ទាញជាមួយនឹងកំណើននៃមូលដ្ឋានអាជីវកម្ម ដែលបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ ដូចជា សណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន ហាងលក់ទំនិញ។ល។ ចំណែកឯតំបន់ជុំវិញក៏បង្កប់ទៅដោយប្រពៃណីទំនៀមទម្លាប់ ដែលនៅបន្តប្រកាន់ខ្ជាប់នូវក្នុងការរស់នៅប្រចាំថ្ងៃ ផ្សារភ្ជាប់ជាមួយស្នាមញញឹមដ៏កក់ក្តៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរ។

ដោយខេត្តសៀមរាបជាបេះដូងនៃទេសចរណ៍កម្ពុជាទាំងមូល ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបបានកំណត់វិសាលភាពរួម គឺរួមបញ្ចូលទាំងទេសចរណ៍វប្បធម៌ ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ អេកូទេសចរណ៍ និងប្រភេទទេសចរណ៍ទាក់ទាញដទៃទៀត ខណៈដែលបច្ចុប្បន្នការទស្សនាប្រាសាទអង្គរ គឺជាមូលហេតុចម្បងតែមួយរបស់ភ្ញៀវទេសចរដែលមកកាន់ខេត្តសៀមរាប។ ផែនការមេនេះ បានសិក្សា និងដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រ និងផែនការសកម្មភាព ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញនៃខេត្តសៀមរាបទាំងមូលដែលមានលើសពីការទស្សនាប្រាសាទ ដោយផ្សារភ្ជាប់ជាមួយសកម្មភាពកម្សាន្តដ៏សម្បូរបែបដទៃទៀត។

ខេត្តសៀមរាបត្រូវពង្រឹងលក្ខណៈសម្បត្តិរបស់ខ្លួន សម្រាប់ចាប់យកកាលានុវត្តភាពដែលមានលើទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិ និងត្រៀមខ្លួនឱ្យបានរួចរាល់ចំពោះបញ្ហាប្រឈមថ្មីៗដូចជាភាពតានតឹងនៃស្ថានភាពនយោបាយ និងសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោក វិបត្តិជំងឺកូវីដ១៩ ដោយហេតុថាថ្មីៗនេះ ការមកដល់នៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិមកកាន់ខេត្តសៀមរាបមានល្បឿនកំណើនយឺត ហើយថែមទាំងមានការធ្លាក់ចុះបន្តិចផងនៅឆ្នាំ២០១៩ ខណៈដែលវិស័យទេសចរណ៍នៅតែបន្តកើនឡើងនៅលើផ្ទៃប្រទេសទាំងមូល។ ទន្ទឹមនេះ នៅឆ្នាំ២០២០ វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា និងសៀមរាបបាននិងកំពុងទទួលរងឥទ្ធិពលយ៉ាងដំណំពីវិបត្តិជំងឺកូវីដ១៩។ ដូច្នេះ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាជឿជាក់ថា ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបនេះ នឹងក្លាយជាឧបករណ៍ដ៏មានសារៈសំខាន់ជាយុទ្ធសាស្ត្រ សម្រាប់ការឆ្លើយតបទៅនឹងស្ថានភាពនាពេលបច្ចុប្បន្នក៏ដូចជាអនាគត ដែលអាចចូលរួមគាំទ្រដល់ចក្ខុវិស័យកម្ពុជា ឆ្នាំ២០៣០ និងឆ្នាំ២០៥០។ ក្នុងបរិការណ៍នេះ ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបនឹងត្រូវរៀបចំឡើងសម្រាប់រយៈពេល ១៥ឆ្នាំ ពីឆ្នាំ២០២១ ដល់ឆ្នាំ២០៣៥។

## ១- ចក្ខុវិស័យ

ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប កំណត់ចក្ខុវិស័យទេសចរណ៍រយៈពេលវែង ២០២១-២០៣៥÷
**“ខេត្តសៀមរាប នឹងក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍អន្តរជាតិដ៏ទាក់ទាញ ប្រកបដោយគុណភាព, ផ្តល់នូវធនធានទេសចរណ៍សម្បូរបែប, មានការទទួលស្គាល់ជាលក្ខណៈសកលលើការអភិរក្ស និងកិច្ចគាំពារសម្បត្តិបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ និងបរិស្ថានធម្មជាតិ, និងមានភ្ញៀវទេសចរមកកម្សាន្តបានម្តងហើយម្តងទៀត ផ្សារភ្ជាប់ជាមួយការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន ចូលរួមដល់ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ព្រមទាំងឆ្លើយតបនឹងបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ”**។

## ២- គោលបំណង

គោលបំណងជាយុទ្ធសាស្ត្រនៃផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ គឺត្រូវធ្វើយ៉ាងណាឱ្យខេត្តសៀមរាបក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ដ៏ចម្បង និងទាក់ទាញនៅក្នុងតំបន់ និងសកលលោក ដោយ

ឈរលើមូលដ្ឋាននៃសម្បត្តិបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ ធម្មជាតិ ប្រវត្តិសាស្ត្រ សាសនា និងភាពជាខ្មែរ។ ដើម្បីធានាឱ្យបាននូវការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងបរិយាបន្ន ខេត្តសៀមរាបគួររៀនសូត្រពីគំរូអនុវត្តល្អៗពីគ្រប់សម័យកាល ពិសេសសម័យអង្គរ ក៏ដូចជាការគិតគូរលើ **"ភាពស្អាត បៃតង និងឆ្លាត"** ក្នុងបរិការណ៍សម័យទំនើប និងដំណើរឆ្ពោះទៅការកសាងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល។

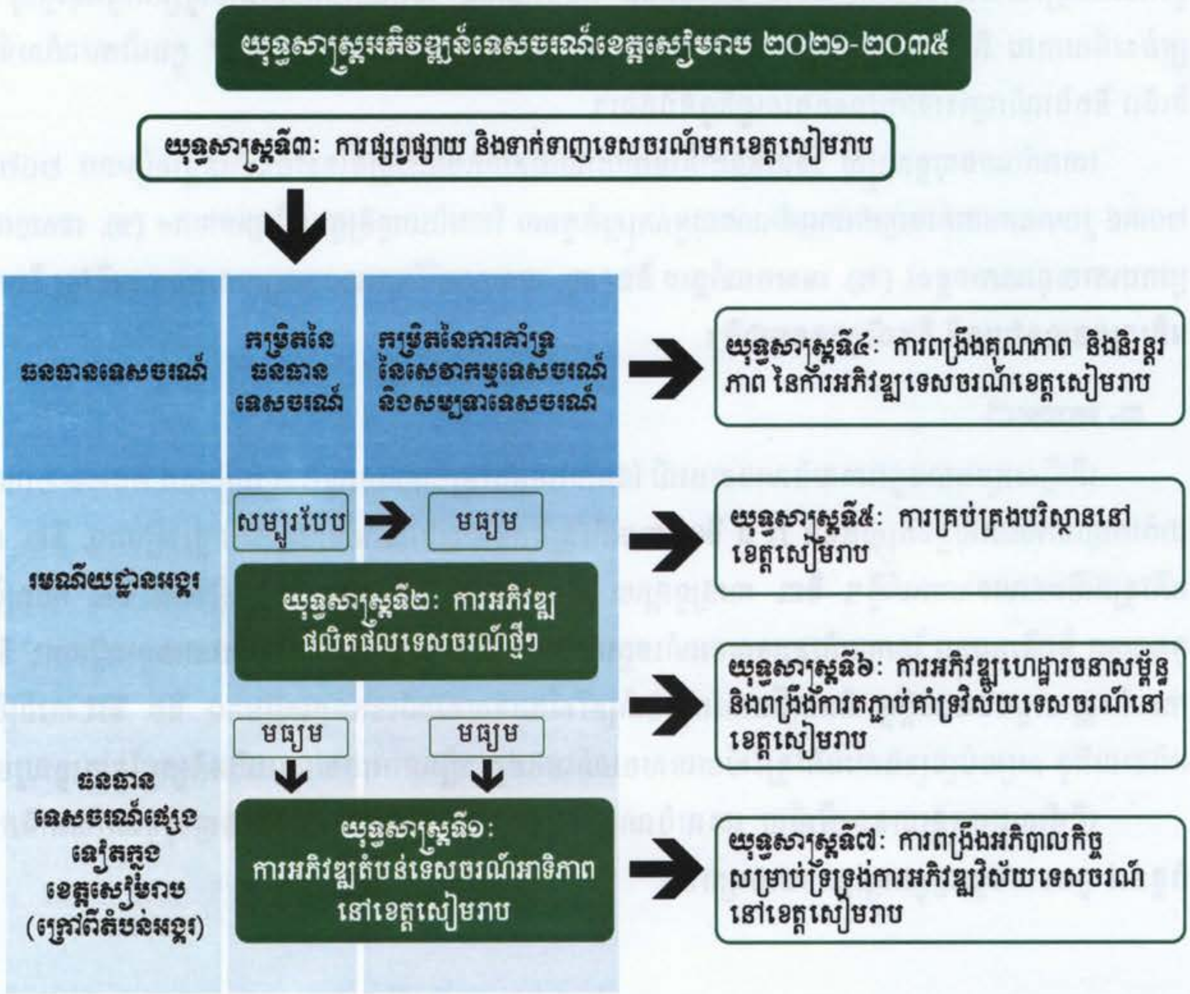
គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ ដែលនឹងដាក់ចេញដោយផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ រួមមានការដាក់ចេញជាគោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន៣ ដែលបំពេញឱ្យគ្នាទៅវិញទៅមក÷ **(១). ទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាពខ្ពស់, (២). ទេសចរណ៍ឆ្លាត និង (៣). ទេសចរណ៍ដែលមានតុល្យភាពរវាងការអភិវឌ្ឍ និងការអភិរក្សធនធានវប្បធម៌ និងបរិស្ថានធម្មជាតិ។**

**៣- គោលដៅ**

ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលបំណងខាងលើ ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ ដាក់ចេញគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ**ចំនួន ៧ គឺ ទី១.** ការអភិវឌ្ឍតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពនៅខេត្តសៀមរាប, **ទី២.** ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ, **ទី៣.** ការផ្សព្វផ្សាយ និងទាក់ទាញទេសចរណ៍មកខេត្តសៀមរាប, **ទី៤.** ការពង្រឹងគុណភាព និងនិរន្តរភាព នៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប, **ទី៥.** ការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាននៅខេត្តសៀមរាប, **ទី៦.** ការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងពង្រឹងការតភ្ជាប់គាំទ្រវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប និង **ទី៧.** ការពង្រឹងអភិបាលកិច្ច សម្រាប់ទ្រទ្រង់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបដោយឈរលើ**អភិក្រមនៃការចូលរួម**។

ដើម្បីសម្រេចឱ្យបានចក្ខុវិស័យ គោលបំណង និងគោលដៅ ផែនការមេដាក់ចេញយុទ្ធសាស្ត្រអាទិភាព**ចំនួន៧** ដូចមានបង្ហាញក្នុងដ្យាក្រាមខាងក្រោម÷

ផ្សាក្រាមបង្ហាញពីយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥




ទន្ទឹមនេះ ការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ ទាមទារចាំបាច់ត្រូវប្រកាន់យកអភិក្រមនៃការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ÷ **រដ្ឋ-ឯកជន-ប្រជាពលរដ្ឋ-ភ្ញៀវទេសចរ និងដៃគូអភិវឌ្ឍ**។ ការអនុវត្តអភិក្រមនេះ គឺត្រូវដើរស្របតាម**សេចក្តីថ្លែងការណ៍ទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប (Siem Reap Declaration on Tourism and Culture-Building a New Partnership Model)** និងពិសេសស្របតាមអនុសាសន៍ដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់របស់ **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** ក្នុងឱកាសពិធីបើកសន្និសីទពិភពលោក ស្តីពី ***"ទេសចរណ៍ និងវប្បធម៌÷ ការកសាងនូវភាពជាដៃគូថ្មីមួយ"*** នៅសណ្ឋាគារ **ឡឺ ម៉េរ៉ាឌៀន អង្គរ** ខេត្តសៀមរាបកាលពីថ្ងៃទី៤ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១៥ ដែលថ្លែងថា÷ ***"រួមគ្នាប្រតិបត្តិក្នុងក្របខ័ណ្ឌជាតិនីមួយៗដើម្បីជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍វប្បធម៌ឱ្យមានចីរភាព។ ក្នុងនោះយើងចាំបាច់ត្រូវបញ្ចូលខ្លឹមសារជាមូលដ្ឋានគ្រឹះ ៤ យ៉ាង រួមមាន: (១). ជំរុញការវិនិយោគ និងការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និងផ្តល់ភាពចងចាំដល់ភ្ញៀវទេសចរ ព្រមទាំងបង្កើនការសិក្សាទីផ្សារ និងការផ្សព្វផ្សាយ; (២). ពង្រឹងគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌; (៣). ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាប្រកបដោយនវានុវត្តន៍ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងវប្បធម៌ និង (៤). ជំរុញទំនាក់ទំនង និងភាពជាដៃគូរវាងវិស័យទេសចរណ៍ និងវប្បធម៌"***។

# ជំពូកទី១

# ទិដ្ឋភាពរួម និងការវិភាគជម្រើសអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥

ផ្នែកទី១ : វិភាគស្ថានភាពទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

ផ្នែកទី២ : ការវិភាគជម្រើសអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

# ជំពូកទី១ ទិដ្ឋភាពរួម និងការវិភាគជម្រើសអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥

## ផ្នែកទី១ : វិភាគស្ថានភាពទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

### ១- និន្នាការនៃទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

ក្នុងរយៈពេល២០ឆ្នាំកន្លងមកនេះ វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបមានការរីកចម្រើនក្នុងអត្រាកំណើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ក្នុងនោះចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិបាន**កើនឡើងទ្វេដង** (ពី **១,៣លាននាក់ក្នុងឆ្នាំ២០១០** ដល់ប្រមាណ **២,៥ លាននាក់នៅឆ្នាំ២០១៨**) ដែលមានអត្រាកំណើនមធ្យមជាង ១៥% ក្នុងមួយឆ្នាំ។ នេះបង្ហាញពីការរីកចម្រើននៃគោលដៅទេសចរណ៍សៀមរាប ដែលស្ថិតនៅក្នុងដំណាក់កាលនៃការអភិវឌ្ឍដ៏គួរឱ្យកត់សម្គាល់។

ប៉ុន្តែដោយមានបញ្ហាប្រឈមខាងក្រៅ និងខាងក្នុងមួយចំនួន បានធ្វើឱ្យភ្ញៀវទេសចរធ្លាក់ចុះវិញនៅឆ្នាំ២០១៩ គឺការមកដល់នៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិធ្លាក់ចុះមកត្រឹម **២,២លាននាក់**(ថយចុះ -១៤,៨៦%) និងភ្ញៀវទេសចរជាតិធ្លាក់ចុះមក **២,០៥ លាននាក់** (ថយចុះ -៣៦,៧%)។ បើគិតពីចំណែកទីផ្សារនៅក្នុងចំណោមគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗរបស់កម្ពុជា ខេត្តសៀមរាបបានចាប់យកចំណែកដ៏ធំមួយ ប្រមាណ **៤៧%** នៃទេសចរអន្តរជាតិមកកម្ពុជាក្នុងចន្លោះឆ្នាំ២០១៥ ដល់ឆ្នាំ២០១៨។ ប៉ុន្តែនៅឆ្នាំ ២០២០ ចំណែកទីផ្សារនេះបានធ្លាក់ចុះមកត្រឹមប្រមាណ **៣០%** ប៉ុណ្ណោះ នៃទេសចរអន្តរជាតិមកកម្ពុជា។

ជារួម និន្នាការនៃការមកដល់របស់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិនៅខេត្តសៀមរាបកន្លងមក មានខ្សែវដ្តនៃទេសចរ គឺកើនឡើង ធ្លាក់ចុះមិនទៀងទាត់ ក្នុងនោះ ការធ្លាក់ចុះគួរឱ្យកត់សម្គាល់ចំនួន០៤ដង (ដូចមានក្នុងរូបភាពទី១ នៃឧបសម្ព័ន្ធ) **ដែលបណ្តាលមកពីមូលហេតុសំខាន់ៗ** ដូចជា **លើកទី១:** ក្នុងឆ្នាំ១៩៩៧ ការមកដល់នៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិធ្លាក់ចុះដោយវិបត្តិហិរញ្ញវត្ថុសកលលោក, **លើកទី២ :** ក្នុងឆ្នាំ២០០៣ ការមកដល់នៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិស្ថិតនៅចំណុចថេរដោយសារវិបត្តិជំងឺផ្លូង (សារ), **លើកទី៣ :** ក្នុងឆ្នាំ២០០៨ និងឆ្នាំ២០០៩ ការធ្លាក់ចុះនៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិបណ្តាលមកពីវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចសកល, **លើកទី៤ :** ក្នុងឆ្នាំ២០១៩ ការធ្លាក់ចុះនៃចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិដែលបណ្តាលមកពីពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍មិនទាន់ឆ្លើយតបតាមនិន្នាការទេសចរណ៍សកល។

ដោយឡែក នៅឆ្នាំ២០២០ ស្ថានភាពទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបធ្លាក់ចុះយ៉ាងខ្លាំងមិនធ្លាប់មានក្នុងរយៈពេល ២០ឆ្នាំចុងក្រោយ ដោយសារឥទ្ធិពលនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ១៩ ដែលអូសបន្លាយពីចុងឆ្នាំ ២០១៩ រហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន។ ជាក់ស្តែង **នៅឆ្នាំ២០២០** ខេត្តសៀមរាបទទួលបានភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិចំនួនប្រមាណ **៤០ម៉ឺននាក់** ប៉ុណ្ណោះ ធ្លាក់ចុះក្នុងអត្រា **-៨២%** និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកមានប្រមាណ **៧០ម៉ឺននាក់** ធ្លាក់ចុះក្នុងអត្រា **-៦៦%**។

ក្នុងបរិការណ៍នេះ យើងត្រូវគិតគូរស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ដោយដាក់ទិសដៅអភិវឌ្ឍន៍ជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាព តាមរយៈការពង្រឹងគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់, ការបង្កើតផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ, ការបង្កើនសមត្ថភាពផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍, ការពង្រឹងធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងការកំណត់ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ដើម្បីបង្កើនការចូលរួមរបស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងខ្សែចង្វាក់ផលិតកម្មទេសចរណ៍ សំដៅកាត់បន្ថយភាពចុះធ្លាយសេដ្ឋកិច្ចក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប។

## ២- ការវិភាគ ចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យ (SWOT) សម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

តាមការសិក្សាពីនិន្នាការបច្ចុប្បន្ន និងការស្ទង់មតិជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធ វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបមាន ចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យ ដូចខាងក្រោម÷

**តារាង ១.១ : ការវិភាគ ចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យ (SWOT) ខេត្តសៀមរាប**

| ចំណុចខ្លាំង | ចំណុចខ្សោយ |
|---|---|
| ១). កម្ពុជាមានសុខសន្តិភាពពេញលេញ និងមានការអភិវឌ្ឍរីកចម្រើនលើគ្រប់វិស័យ ក្រោមការដឹកនាំដ៏ត្រឹមត្រូវ ឈ្លាសវៃ ប្រកបដោយគតិបណ្ឌិតរបស់ **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** ដែលនាំឱ្យភ្ញៀវទេសចរ និងវិនិយោគិនមានភាពជឿជាក់ និងការទុកចិត្ត **"អរគុណសន្តិភាព"**។<br>២). ខេត្តសៀមរាបមាន **"ប្រាង្គប្រាសាទអង្គរ"** ដ៏ល្បីល្បាញដែលបានចុះក្នុងបញ្ជីបេតិកភណ្ឌពិភពលោកក្នុងឆ្នាំ១៩៩២ ព្រមជាមួយនឹងសម្បត្តិធនធានដ៏វិសេសវិសាលដទៃទៀត ដែលមានសក្តានុពលក្នុងការបង្កើតជាតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាពថ្មីៗ រួមជាមួយផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ ធម្មជាតិ និងកែច្នៃដ៏សម្បូរបែប។<br>៣). កត្តាប្រជាជនដែលបង្កប់ទៅដោយប្រពៃណីទំនៀមទម្លាប់ ដែលនៅបន្តប្រកាន់ខ្ជាប់នូវក្នុងការរស់នៅប្រចាំថ្ងៃ ផ្សារភ្ជាប់ជាមួយស្នាមញញឹមដ៏កក់ក្តៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរ បានចូលរួមដល់ការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរផងដែរ ព្រមជាមួយគ្នានេះ ប្រជាជនមានការយល់ដឹងចំពោះបរិស្ថានកាន់តែល្អប្រសើរច្រើនឡើងៗ។<br>៤). ខេត្តសៀមរាបស្ថិតក្នុងទីតាំងភូមិសាស្ត្រដែលមានអំណោយផល មានធនធានវប្បធម៌ ទាំងរូបីនិងអរូបី និងធនធានធម្មជាតិ ហើយមានការតភ្ជាប់យ៉ាងទូលំទូលាយទាំងផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក និងផ្លូវអាកាស។<br>៥). ខេត្តសៀមរាប និងតំបន់ជុំវិញមានសម្បត្តិបេតិកភណ្ឌពិភពលោក ជាគោលដៅដ៏ទាក់ទាញដល់ភ្ញៀវទេសចរមកទស្សនា<br>៦). ការផ្តល់ទិដ្ឋាការនៅពេលមកដល់ និងការរៀបចំឱ្យមានការស្នើសុំទិដ្ឋាការតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក បានជួយបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ទេសចរចូលមកកម្ពុជាតាមគ្រប់ច្រកទ្វារអន្តរជាតិ។<br>៧). តំបន់សៀមរាប-អង្គរមានការគាំទ្រពីរដ្ឋាភិបាល (ថ្នាក់ជាតិ និងក្រោមជាតិ), វិស័យឯកជន និងដៃគូអភិវឌ្ឍ និងអង្គការ | ១). ការត្រឡប់មកទស្សនាជាលើកទីពីររបស់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិនៅមានចំនួនតិចតួច។<br>២). ការស្នាក់នៅត្រឹមតែរយៈពេលខ្លី ២-៣ថ្ងៃ។<br>៣). ផលិតផលទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបមិនទាន់មានភាពសម្បូរបែប និងភាពទាក់ទាញខ្លាំងក្រៅពីប្រាសាទនៅឡើយ។<br>៤). ការផ្សព្វផ្សាយអំពីរូបភាពអវិជ្ជមានមួយចំនួនរបស់គោលដៅទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប ពិសេសនៅលើបណ្តាញសង្គម។<br>៥). ការធ្លាក់ចុះនៃភាពប្រកួតប្រជែង ដោយសារតែកត្តាផលិតផល និងសេវាកម្មមួយចំនួនមានតម្លៃកាន់តែថ្លៃ ហើយមិនទាន់មានភាពងាយស្រួល និងបត់បែនតាមតម្រូវការភ្ញៀវនៅឡើយ។<br>៦). ការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍នៅមិនទាន់ងាយស្រួលគ្រប់គ្រាន់។<br>៧). មិនមានការហោះហើរផ្ទាល់ផ្លូវឆ្ងាយ ហើយគោលដៅសៀមរាបគ្រាន់តែជាចំណែកមួយក្នុងកញ្ចប់ទស្សនាភ្ជាប់ជាមួយប្រទេសជិតខាង។<br>៨). ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធក្នុងខេត្តសៀមរាបត្រូវការកែលម្អ។<br>៩). ខ្វះការផ្តល់ព័ត៌មាន, ខ្វះស្លាកសញ្ញានានា។<br>១០). ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ទៅកាន់ទីផ្សារអន្តរជាតិនៅមានកម្រិត (មិនទាន់ចំគោលដៅ មិនទាន់មានភាពច្នៃប្រឌិត និងស្របតាមការវិវត្តនៃបច្ចេកវិទ្យា)។<br>១១). កង្វះព្រឹត្តិការណ៍ថ្នាក់ជាតិ និងអន្តរជាតិធំៗពេញមួយឆ្នាំ។<br>១២). កង្វះហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ឆ្លាតនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាព។<br>១៣). ហានិភ័យនៃការថមថយប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍ធំៗមួយចំនួនមកខេត្តសៀមរាប និងការធ្លាក់ចុះនៃទីផ្សារទេសចរណ៍ចេញក្រៅ (ចិន និងកូរ៉េ...) នៅមានកម្រិត។<br>១៤). ការប្រកួតប្រជែងលើវិស័យទេសចរណ៍កាន់តែស្រួចស្រាវជាងមុនក្នុងតំបន់ និងសកលលោក ក្នុងនិងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ១៩។<br>១៥). ការចូលរួម សម្របសម្រួល និងកិច្ចសហការរវាងភាគីពាក់ព័ន្ធនានានៅមានកម្រិត។ |

| | |
|---|---|
| នានាដូចជា យូនីស្កូ, អាយ ស៊ី ស៊ី, អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ជាដើម ដើម្បីអភិវឌ្ឍ និងអភិរក្សតំបន់សម្បត្តិបេតិកភណ្ឌពិភពលោក។ | |
| **ឱកាសនុវត្តភាព** | **ហានិភ័យ** |
| ១). ឱកាសក្នុងការចាប់យកប្រភពទីផ្សារធំៗក្នុងតំបន់ និងទីផ្សារទេសចរណ៍ផ្លូវឆ្ងាយ តាមរយៈការតភ្ជាប់កាន់តែប្រសើរ។<br>២). ការកើនឡើងនៃទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ដោយសារប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជាមានជីវភាពល្អប្រសើរ និងប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ជាងមុន។<br>៣). ក្រុងសៀមរាបដែលជាទីក្រុងបេតិកភណ្ឌ វប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្របាននិងកំពុងវិវត្តខ្លួនយ៉ាងឆាប់រហ័ស ហើយថ្មីៗនេះត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលកំណត់ទិសដៅក្នុងការអភិវឌ្ឍជា **"ទីក្រុងឆ្លាត"**។ | ១). ភាពមិនប្រាកដប្រជានៃស្ថានភាពភូមិសាស្ត្រនយោបាយ និងសេដ្ឋកិច្ចសកលលោក ពិសេសឥទ្ធិពលនៃសង្គ្រាមពាណិជ្ជកម្មរវាងប្រទេសមហាអំណាច។<br>២). ការរីករាលដាលនៃជំងឺឆ្លង, គ្រោះធម្មជាតិ (គ្រោះទឹកជំនន់, បញ្ហាភ្លើងឆេះព្រៃ។ល។) និងវិបត្តិនានា។<br>៣). បញ្ហាបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ។ |

*(ប្រភព: កែសម្រួលពីឯកសារគណៈកម្មាធិការអន្តរជាតិសម្របសម្រួលកិច្ចគាំពារនិងការអភិវឌ្ឍតំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រអង្គរ)*

## ផ្នែកទី២ : ការវិភាគជម្រើសអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

ផ្អែកលើការវិភាគសានភាពទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបក្នុងដំណាក់កាលបច្ចុប្បន្ន ផែនការមេកំណត់**គោលដៅបរិមាណវិស័យ និងគោលដៅគុណវិស័យ** ដូចខាងក្រោម÷

### ១- ការវិភាគគោលដៅបរិមាណវិស័យ

ការវិភាគគោលដៅតាមបែបបរិមាណវិស័យសម្រាប់ការព្យាករឆ្ពោះទៅឆ្នាំ២០៣៥ ផ្តោតលើ**សូចនាករ ៣** សំខាន់ៗ : ១). ចំនួនភ្ញៀវទេសចរមកទស្សនានៅខេត្តសៀមរាប និងរយៈពេលស្នាក់នៅ, ២). ឥទ្ធិពលវិស័យទេសចរណ៍លើសេដ្ឋកិច្ច- សង្គមខេត្តសៀមរាប និង ៣). សមត្ថភាពទទួលភ្ញៀវទេសចរនៅឆ្នាំ២០៣៥ (សមត្ថភាពផ្នែកសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ និងសមត្ថភាពផ្ទុករបស់អាកាសយានដ្ឋាន)។

#### ១.១- ការព្យាករចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ

ផ្អែកលើចង្វាក់ ឬល្បឿននៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប ជាមួយការដាក់ឱ្យអនុវត្តផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ២០២១-២០៣៥ ចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ អាចរំពឹងថានឹងកើនឡើងនាពេលអនាគត។ ករណីនេះ ការព្យាករចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិមកទស្សនានៅខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ២០២១-២០៣៥ មាន**សេណារីយ៉ូចំនួន២** ដូចខាងក្រោម÷

**(១).សេណារីយ៉ូទី១ :** ផ្អែកលើការព្យាករតាមបែបនិន្នាការនៃកំណើន ខេត្តសៀមរាបចាប់យកគោលដៅទេសចរណ៍បែបប្រមូលផ្តុំ។ ករណីនេះ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប មិនមានយន្តការគ្រប់គ្រងដោយហ្មត់ចត់បង្កើតជាបន្ទុកបន្ថែមទៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរ ឬគោលដៅទេសចរណ៍ដទៃទៀត ឆ្ពោះដល់ការខូចខាត បាត់បង់គុណតម្លៃរបស់ខ្លួន ហើយខេត្តសៀមរាបទាក់ទាញបានតែភ្ញៀវទេសចរកម្រិតទាប ចំណាយតិច។

**(២).សេណារីយ៉ូទី២ :** ផ្អែកលើការព្យាករដោយមានការអន្តរាគមន៍ពីរាជរដ្ឋាភិបាល (តាមរយៈការអនុវត្តផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ និងគោលនយោបាយគាំទ្រផ្សេងៗទៀត) ដើម្បីធានា

និរន្តរភាពរវាងបរិស្ថាន សង្គម និងសេដ្ឋកិច្ច ខេត្តសៀមរាបចាប់យក**ទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាព**[1]។ ករណីនេះ ខេត្តសៀមរាបមានការគ្រប់គ្រងលើការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ច្បាស់លាស់ និងការតម្រង់ទិសឆ្ពោះទៅរកការអភិវឌ្ឍផ្អែកទៅលើការរៀបចំតំបន់ទេសចរណ៍ ឬគោលដៅទេសចរណ៍នានាប្រកបដោយគុណភាព និងទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរប្រកបដោយគុណភាព ឬលំដាប់ខ្ពស់ សំដៅកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់តំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរ និងសម្បត្តិវប្បធម៌ និងធនធានធម្មជាតិនានាបានជាអតិបរមា។

សម្រាប់ការព្យាករនៃសេណារីយ៉ូទាំង២ខាងលើ ត្រូវបានវាយតម្លៃជា **៣ដំណាក់កាល** គឺ រយៈពេលខ្លី (ឆ្នាំ២០២១-២០២៣), រយៈពេលមធ្យម (ឆ្នាំ២០២៤-២០៣០) និងរយៈពេលវែង (ឆ្នាំ២០៣១-២០៣៥) ព្រមជាមួយនឹងវិធីសាស្ត្រនៃការព្យាករ ផ្តោតលើសម្មតិកម្មសំខាន់ៗ (ដូចមានក្នុងតារាងទី១ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

តាមការព្យាករ (ដូចមានក្នុងតារាងទី២ នៃឧបសម្ព័ន្ធ) មានការបែងចែកជា២ សេណារីយ៉ូ ដោយស្ថានភាពភ្ញៀវទេសចរមកកាន់ខេត្តសៀមរាបរំពឹងថានឹងវិលត្រឡប់មករកស្ថានភាពដូចក្នុងឆ្នាំ២០១៩វិញ ក្នុងនោះភ្ញៀវទេសចរជាតិនឹងមានចំនួនប្រមាណ **២លាននាក់ នៅឆ្នាំ២០២៣** និងភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិចំនួន **២,២លាននាក់ នៅឆ្នាំ២០២៥**។ ចាប់ពីឆ្នាំ២០២៦ ដល់ឆ្នាំ២០៣៥ កំណើនភ្ញៀវទេសចរនឹងកើនឡើងទៅតាមសេណារីយ៉ូនីមួយៗ÷ **សម្រាប់សេណារីយ៉ូទី១ នៅឆ្នាំ២០៣៥** ភ្ញៀវទេសចរជាតិនឹងមានចំនួនប្រមាណ **៦,៦លាននាក់** និងភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ **៤,២លាននាក់, រីឯសេណារីយ៉ូទី២ នៅឆ្នាំ២០៣៥** ភ្ញៀវទេសចរជាតិនឹងមានចំនួនប្រមាណ **១០,៩លាននាក់** និងភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ **៧,៥លាននាក់** (ដូចមានក្នុងរូបភាពទី២ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

### ១.២- ការវាយតម្លៃពីឥទ្ធិពលនៃវិស័យទេសចរណ៍លើសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម

វិស័យទេសចរណ៍ គឺជាវិស័យសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គម។ ជាក់ស្តែងនៅឆ្នាំ២០១៩ វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាបានចូលរួមចំណែកប្រមាណ **១២,១% នៃផ.ស.ស.** ដោយបង្កើតបាននូវចំណូល **៤ ៩១៩ លានដុល្លារអាមេរិក** និងបានបង្កើតការងារដោយផ្ទាល់ប្រមាណ **៦៣ មុឺននាក់**។ ខេត្តសៀមរាបគឺជាខេត្តទេសចរណ៍ដ៏សំខាន់បំផុតសម្រាប់កម្ពុជា ព្រមទាំងសបញ្ជាក់ពីឥទ្ធិពលរបស់វិស័យទេសចរណ៍ ចូលរួមចំណែកយ៉ាងខ្លាំងមកលើសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមរបស់ប្រទេសទាំងមូលផងដែរ។

ឥទ្ធិពលពីវិស័យទេសចរណ៍មកលើសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមនៃខេត្តសៀមរាប ផ្តោតលើការវិភាគអំពីចំណាយជាក់ស្តែងរបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ ដែលមកទស្សនាខេត្តសៀមរាប ជាអាទិ៍ថាតើភ្ញៀវទេសចរចំណាយប៉ុន្មាន? ហើយតើការចំណាយទាំងនោះនឹងបង្កើនការប្រើប្រាស់ក្នុងមូលដ្ឋាន និងបង្កើនតម្លៃបន្ថែម (ប្រាក់ចំណូល) និងការងារយ៉ាងដូចម្តេច?

---

[1] ***"ទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាព (Alternative Tourism)"*** *ជាវិស័យមួយដែលតម្រង់ទិសឆ្ពោះទៅការអភិវឌ្ឍ ដោយផ្អែកទៅលើការរៀបចំ* ***តំបន់ទេសចរណ៍ ឬគោលដៅទេសចរណ៍នានាប្រកបដោយគុណភាព*** *និងទាក់ទាញ****ភ្ញៀវទេសចរប្រកបដោយគុណភាព ឬកម្រិតខ្ពស់*** ។

- ***គោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាព*** *គឺជាគោលដៅទេសចរណ៍ ឬតំបន់ទេសចរណ៍ដែលមានផលិតផល និងសេវាកម្មប្រកបដោយគុណភាព ហើយផ្តល់នូវការចងចាំល្អៗ បទពិសោធន៍ទេសចរណ៍ល្អៗដល់ភ្ញៀវ និងមានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រគ្រប់គ្រាន់។*
- *រីឯ* ***ភ្ញៀវទេសចរប្រកបដោយគុណភាព ឬកម្រិតខ្ពស់*** *គឺជាប្រភេទភ្ញៀវទេសចរលក្ខណៈបុគ្គល ឬជាក្រុម ដែលមានការចំណាយខ្ពស់, ស្នាក់នៅយូរ និងមានទំនោរមកកម្សាន្តច្រើនដង។ ទន្ទឹមនេះ ភ្ញៀវទេសចរប្រភេទនេះមានទំនោរចង់ចូលរួមដល់កិច្ចការអភិរក្សធនធានវប្បធម៌ ធនធានធម្មជាតិ និងកិច្ចការពារបរិស្ថាននៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នានាដែលពួកគេបានមកទស្សនាកម្សាន្ត។*

ការសិក្សាបង្ហាញពីការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរសរុប គឺជាគន្លឹះក្នុងការផ្សារភ្ជាប់ទៅរកចំណូលពីវិស័យទេសចរណ៍ចាក់ចូលក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចខេត្តសៀមរាប (ផ.ស.ស.)។ ជាពិសេស ផែនការមេបានគណនាឥទ្ធិពលវិស័យទេសចរណ៍មកលើសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមខេត្តសៀមរាបនៅឆ្នាំ២០៣៥ ដែលជាផ្នែកមួយនៃធាតុផ្សំដ៏សំខាន់ក្នុងការដាក់ចេញនូវចក្ខុវិស័យ **"ខេត្តសៀមរាបជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាព"**។

ផ្នែកខាងក្រោមនេះ នឹងរៀបរាប់ពីមូលដ្ឋានវិភាគនៃ **"ឥទ្ធិពលផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម របស់វិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប"** ដែលកើតចេញពីចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ ដោយផ្ទាល់ និងដោយប្រយោល។ សូមបញ្ជាក់ផងដែរថា មូលដ្ឋានវិភាគនេះមិនទាន់គិតពីឥទ្ធិពលដោយប្រយោលដែលកើតចេញពីការវិនិយោគមូលធន និងការចំណាយសាធារណៈក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នោះទេ។

## ១.៣- ឥទ្ធិពលផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម របស់វិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប

- **សម្រាប់ទេសចរអន្តរជាតិ**

ក្នុងឆ្នាំ២០១៩ ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិសរុបដែលមកសៀមរាបមាន**ចំនួន ២ ២០៥ ៦៩៧ នាក់** ជាមួយនឹងការចំណាយសរុបត្រូវបានប៉ាន់ស្មានថាមានប្រមាណ **១ ១៨៦ លានដុល្លារអាមេរិក** (តាមការស្ទង់មតិទេសចរអន្តរជាតិក្នុងមួយដំណើរកម្សាន្តចំណាយប្រមាណ ៥៣៨ដុល្លារ/ នាក់)។ យោងតាមការអង្កេតរបស់ក្រុមការងារជាមួយប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ **៣០% (៣៥៦ លានដុល្លារអាមេរិក)** បានហូរចេញក្រៅខេត្តសៀមរាប តាមរយៈចំណាយថ្លៃដើម និងតម្លៃបន្ថែមជាប្រាក់ចំណេញ និងកត្តាផ្សេងៗទៀត, ហើយ **៧០% (៨៣០ លានដុល្លារអាមេរិក)** នៃចំណាយនេះបានផ្តល់ផលវិជ្ជមានផ្ទាល់នៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចខេត្តសៀមរាប។ លើសពីនេះ វិស័យទេសចរណ៍ក៏បានផ្តល់ផលប្រយោជន៍ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមដោយប្រយោល នៅក្នុងវិស័យផ្សេងៗទៀតនៅខេត្តសៀមរាប។

ការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ បានហូរចូលចរន្តសេដ្ឋកិច្ចដោយផ្ទាល់ក្នុងខេត្តសៀមរាបចំនួន **៨៣០ លានដុល្លារអាមេរិក** (ក្នុងនោះ **៤៦៥ លានដុល្លារអាមេរិក** ជាចំណាយថ្លៃដើមក្នុងស្រុក និង **៣៦៥ លានដុល្លារអាមេរិក** ជាតម្លៃបន្ថែម) រួចជំរុញឱ្យមានការចំណាយបន្ថែមដោយប្រយោល ប្រមាណ **១ ១៦២ លានដុល្លារអាមេរិក** ដែលបង្កើតបានជាតម្លៃបន្ថែមដោយប្រយោលប្រមាណ **៣៣២ លានដុល្លារអាមេរិក** បន្ថែមទៀត។ ការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិចូលក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចនេះ បានបង្កើតការងារផ្ទាល់ប្រមាណ **១៣,៨ ម៉ឺននាក់** និងការងារដោយប្រយោល ប្រមាណ **១១ ម៉ឺននាក់ទៀត** (ដូចមានក្នុងរូបភាពទី៣ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

- **សម្រាប់ទេសចរជាតិ**

ក្នុងឆ្នាំ២០១៩ ភ្ញៀវទេសចរជាតិសរុបដែលមកខេត្តសៀមរាបមានចំនួន **២ ០៥៦ ៦០៩ នាក់** ជាមួយនឹងការចំណាយសរុបត្រូវបានប៉ាន់ស្មានថាមានប្រមាណ **១៦៥ លានដុល្លារអាមេរិក** (តាមការស្ទង់មតិទេសចរជាតិមួយនាក់ចំណាយជាមធ្យម ៨០ ដុល្លារក្នុងមួយដំណើរកម្សាន្ត)។ ចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិនេះ បានហូរចូលទៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចខេត្តសៀមរាបប្រមាណ **១១៥ លានដុល្លារអាមេរិក** បែងចែកជាចំណាយផ្ទាល់ប្រមាណ **៦៤ លានដុល្លារអាមេរិក** និងតម្លៃបន្ថែមផ្ទាល់ប្រមាណ **៥១ លានដុល្លារអាមេរិក**។ ចំណាយនេះបានជំរុញឱ្យមានការចំណាយបន្ថែមដោយប្រយោល ប្រមាណ **១៦១ លានដុល្លារអាមេរិក** និងបង្កើតតម្លៃបន្ថែមដោយប្រយោល ប្រមាណ **៤៦ លាន**

**ដុល្លារអាមេរិក** បន្ថែមទៀត។ ការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិចូលក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចនេះ បានបង្កើតការងារផ្ទាល់ប្រមាណ **១២,៨ ម៉ឺននាក់** និងការងារដោយប្រយោលប្រមាណ **១០,៣ ម៉ឺននាក់ទៀត** (ដូចមានក្នុងរូបភាពទី៤ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

ជារួម ក្នុងឆ្នាំ២០១៩ ជាមួយភ្ញៀវទេសចរសរុបចំនួន **៤,២៦ លាននាក់** វិស័យទេសចរណ៍បានផ្តល់ផលប្រយោជន៍ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម ដោយបានបង្កើតចំណូលហូរចូលចរន្តសេដ្ឋកិច្ចរបស់ខេត្តសៀមរាប (ផ.ស.ស.) ប្រមាណ **៧៩៤ លានដុល្លារអាមេរិក និងចូលរួមបង្កើតប្រមាណ៦០% នៃការងារសរុប** នៅក្នុងខេត្តសៀមរាប (ដូចមានលម្អិតក្នុងតារាងទី៣ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

ដោយឡែក ចំពោះការព្យាករឆ្ពោះទៅ**ឆ្នាំ២០៣៥** យើងអាចធ្វើការគណនា និងប្រៀបធៀប**ឥទ្ធិពលនៃវិស័យទេសចរណ៍លើផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមនៅខេត្តសៀមរាប** ដោយផ្អែកលើសេណារីយ៉ូទាំងពីរខាងលើ (ដូចមានក្នុងតារាងទី៤ នៃឧបសម្ព័ន្ធ) ដើម្បីបង្ហាញពីជម្រើសសេណារីយ៉ូ សម្រាប់រៀបចំផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបឱ្យស្របតាមគោលដៅ និងចក្ខុវិស័យដែលបានកំណត់។ ជាលទ្ធផល នៅឆ្នាំ២០៣៥ ករណីមានការអនុវត្ត និងដាក់ចេញផែនការមេបានល្អប្រសើរ (សេណារីយ៉ូទី២) ខេត្តសៀមរាបនឹងមានសមត្ថភាពទទួលស្វាគមន៍ភ្ញៀវទេសចរប្រមាណ **១៨,៤ លាននាក់** (ក្នុងនោះភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិចំនួនប្រមាណ **៧,៥ លាននាក់** និងភ្ញៀវទេសចរជាតិប្រមាណ **១០,៩ លាននាក់**) ហើយវិស័យទេសចរណ៍នឹងផ្តល់ចំណូលចូលក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចខេត្តសៀមរាប (ផ.ស.ស.) ប្រមាណ **៥ ៩១៦ លានដុល្លារអាមេរិក** និងបង្កើតការងារសរុបចំនួនប្រមាណ **១,៦ លាននាក់** ក្នុងនោះការងារផ្ទាល់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍មានចំនួនប្រមាណ **៩៤ ម៉ឺននាក់**។

### ១.៤- ការព្យាករសមត្ថភាពទទួលភ្ញៀវទេសចរសម្រាប់ខេត្តសៀមរាប

ខេត្តសៀមរាបចាំបាច់ត្រូវគិតគូរអំពីសមត្ថភាពផ្នែកសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ និងសមត្ថភាពផ្ទុករបស់អាកាសយានដ្ឋាន ឆ្លើយតបនឹងកំណើនភ្ញៀវទេសចរនាពេលខាងមុខ។

- **សមត្ថភាពផ្នែកសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍**

តម្រូវការបន្ទប់កន្លែងស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវទេសចរមានការប្រែប្រួលតាមរដូវកាល ជាពិសេសសម្រាប់ភ្ញៀវអន្តរជាតិគឺមានចំនួនតិចនៅត្រីមាសទី២-៣ និងរដូវកាលភ្ញៀវច្រើននៅត្រីមាសទី១ និងទី៤។ រីឯ ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក និងទេសចរផ្ទៃក្នុងមានតម្រូវការកន្លែងស្នាក់នៅខ្ពស់នៅពេលមានពិធីបុណ្យជាតិ ឬមានព្រឹត្តិការណ៍សំខាន់ៗ។ នៅឆ្នាំ២០១៩ តម្រូវការបន្ទប់ស្នាក់នៅទេសចរណ៍សរុបចំនួនប្រមាណ **១៥ ៩៦៥ បន្ទប់ (សណ្ឋាគារមាន ១៣ ១៩២ បន្ទប់ និងផ្ទះសំណាក់ ២ ៧៧៣ បន្ទប់)** រីឯតម្រូវការបន្ទប់ស្នាក់នៅទេសចរណ៍នៅឆ្នាំ២០២០ បានធ្លាក់ចុះគួរឱ្យកត់សម្គាល់ដោយសារឥទ្ធិពល និងផលប៉ះពាល់យ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរពីជំងឺកូវីដ១៩។ ប៉ុន្តែ នៅពេលវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបងើបឡើងវិញ ភ្ញៀវទេសចរនឹងត្រឡប់មកវិញ ហើយអាចទៅដល់កម្រិតដូចកាលពីឆ្នាំ២០១៨ ឬ ឆ្នាំ២០១៩ នៅឆ្នាំ២០២៥(៥ឆ្នាំ) ទើបអាចស្តារឡើងវិញ ដែលតម្រូវការចំនួនបន្ទប់សណ្ឋាគារ និងផ្ទះសំណាក់នឹងកើនឡើងវិញ។ ករណីការដាក់ឱ្យអនុវត្តផែនការមេ នឹងជួយអូសទាញភ្ញៀវទេសចរមកកាន់ខេត្តសៀមរាបកាន់តែច្រើន តាមការព្យាករនៃសេណារីយ៉ូទី២ នោះតម្រូវការបន្ទប់ស្នាក់នៅនឹងកើនឡើងលើសពីឆ្នាំមុនៗ ព្រមជាមួយការវិនិយោគបន្ថែមលើសេវាស្នាក់នៅផងដែរ។ នៅឆ្នាំ២០៣៥ ខេត្តសៀមរាបនឹងត្រូវការបន្ទប់ស្នាក់នៅទេសចរណ៍ (សណ្ឋាគារ និងផ្ទះ

សំណាក់) ចំនួនប្រមាណ **៧ម៉ឺនបន្ទប់** ក្នុងនោះសណ្ឋាគារមានចំនួនប្រមាណ **៥៨ ៥១៧ បន្ទប់** និងផ្ទះសំណាក់ប្រមាណ **១៤ ៦៧៧ បន្ទប់** (ចំពោះសណ្ឋាគារផ្កាយ៤ និងផ្កាយ៥ មានតម្រូវការប្រមាណ **៤ម៉ឺនបន្ទប់** ដើម្បីឆ្លើយតបទៅតាមតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរលំដាប់ខ្ពស់នៅខេត្តសៀមរាប) (ដូចមានក្នុងតារាងទី៥ និង៦ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

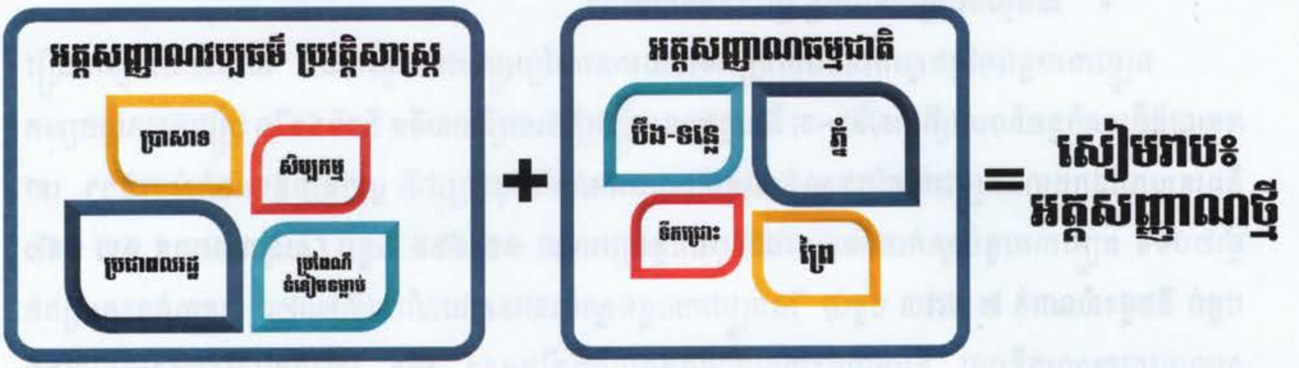
- **សមត្ថភាពផ្ទុករបស់អាកាសយានដ្ឋាន**

បន្ថែមពីលើសមត្ថភាពផ្នែកសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ សមត្ថភាពផ្ទុករបស់អាកាសយានដ្ឋានក៏ដើរតួជាកត្តាគន្លឹះក្នុងការធានាលទ្ធភាពទទួលកំណើនភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិផងដែរ។ បច្ចុប្បន្ន អាកាសយានដ្ឋានសៀមរាបសព្វថ្ងៃ មានសមត្ថភាពទទួលភ្ញៀវទេសចរបានចំនួនប្រមាណ ៥ លាននាក់ប៉ុណ្ណោះ។ ទន្ទឹមនេះ គម្រោងអាកាសយានដ្ឋានថ្មីមួយ ដែលមានឈ្មោះថា **"អាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ"** បាននិងកំពុងដំណើរការសាងសង់ ដោយអនុវត្តជា **៤ ជំហាន** ដោយក្នុងនោះសមត្ថភាពទទួលអ្នកដំណើរប្រចាំឆ្នាំក្នុងជំហានដំបូង គឺ **៥លាននាក់, ៧លាននាក់** ក្នុងជំហានទី២, **១០,៥លាននាក់** ក្នុងជំហានទី៣ និងប្រមាណជាង **២០លាននាក់** ក្នុងជំហានទី៤ នៅក្នុងរយៈពេលវែង។

## ២- ការវិភាគតាមបែបគុណវិស័យ

ដើម្បីឱ្យខេត្តសៀមរាបក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោក និងមានគុណភាពខ្ពស់ ការវិភាគតាមបែបគុណវិស័យកំណត់ដាក់ចេញនូវការបង្កើត**អត្តសញ្ញាណថ្មី**សម្រាប់ខេត្តសៀមរាប **"សៀមរាប÷ ក្រៅពីប្រាសាទ"** ដោយធ្វើការផ្សារភ្ជាប់រវាងសម្បត្តិធនធានវប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ (ប្រាសាទ, សិប្បកម្ម, ប្រជាពលរដ្ឋ, ទំនៀមទម្លាប់ប្រពៃណី...) ជាមួយសម្បត្តិធនធានធម្មជាតិ (ព្រៃ, ភ្នំ, បឹង, ទន្លេ, ទឹកជ្រោះ...) សំដៅជំរុញឱ្យមានការទទួលស្គាល់ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិថា **"ខេត្តសៀមរាប ជាគោលដៅទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងធម្មជាតិ"**។

**អត្តសញ្ញាណថ្មីនៃវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប**




### ២.១- អត្តសញ្ញាណថ្មីបែបវប្បធម៌

ក្រៅពីប្រាសាទ អត្តសញ្ញាណវប្បធម៌ថ្មី នៃគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប គឺការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ សាសនា តាមរយៈការបង្កើតព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ថ្មីៗបន្ថែម រួមជាមួយការបង្ហាញជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋានដែលជាប្រភពនៃវប្បធម៌រស់ ផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងវប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្ររបស់ខេត្តសៀមរាបផ្ទាល់។

## ២.២- អត្តសញ្ញាណថ្មីបែបធម្មជាតិ

អត្តសញ្ញាណថ្មីបែបធម្មជាតិរបស់ខេត្តសៀមរាប គឺជាការគិតគូរពីការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ (ព្រៃ, ភ្នំ, ទន្លេ, បឹង, ទឹកជ្រោះ...) ផ្សារភ្ជាប់ជាមួយការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលទេសចរណ៍បៃតង, ការរស់នៅដែលមានការគិតគូរពីបរិស្ថាន, ការអភិវឌ្ឍទីក្រុងស្អាត, ទេសចរណ៍សហគមន៍ និងអេកូទេសចរណ៍ ជាដើម នៅក្នុងខេត្តសៀមរាប។

សរុបសេចក្តីមក រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជានឹងជ្រើសរើសយកសេណារីយ៉ូទី២ដោយហេតុថា សេណារីយ៉ូទី២ មានភាពសមស្របជាង បើពិនិត្យមើលពីផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច-សង្គម។ សេណារីយ៉ូនេះនឹងនាំឱ្យខេត្តសៀមរាបទទួលជោគជ័យក្នុងការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរដែលមានកម្រិតខ្ពស់កាន់តែច្រើនឡើង, ភ្ញៀវទេសចរនឹងស្នាក់នៅកាន់តែយូរ, បង្កើតការងារប្រកបដោយគុណភាពបានកាន់តែច្រើន, ផ្តល់ផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច-សង្គមកាន់តែខ្ពស់, ចូលរួមដល់ការថែរក្សាសម្បត្តិបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌និងធម្មជាតិ ពិសេសតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ ដែលមានគុណតម្លៃលេចធ្លោជាសកល (Outstanding Universal Value-OUV)។

# ជំពូកទី២

# យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

# ២០២១-២០៣៥

ផ្នែកទី១ : យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍តំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាព

ផ្នែកទី២ : យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ

ផ្នែកទី៣ : យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងទាក់ទាញទេសចរណ៍

ផ្នែកទី៤ : យុទ្ធសាស្ត្រពង្រឹងគុណភាព និងនិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍

ផ្នែកទី៥ : យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន

ផ្នែកទី៦ : យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងពង្រឹងការតភ្ជាប់គាំទ្រវិស័យទេសចរណ៍

# ជំពូកទី២ យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥

## ផ្នែកទី១ : យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍តំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាព

ដើម្បីសម្រេចបានចក្ខុវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ២០២១-២០៣៥ ផែនការមេបានដាក់ចេញអនុសាសន៍ក្នុងការបង្កើត និងអភិវឌ្ឍន៍តំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាព **ចំនួន ៦ : ១). តំបន់ឧទ្យានជាតិព្រះជ័យវរ្ម័ន-នរោត្តម-"ភ្នំគូលែន", ២). តំបន់ជុំវិញតំបន់ការពារប្រាសាទបន្ទាយស្រី, ៣). តំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ, ៤). តំបន់ក្រុងសៀមរាប, ៥). តំបន់បឹងទន្លេសាប និង ៦). តំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មី** (ដូចមានក្នុងរូបភាពទី៥ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

ក្រៅពីបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ បេតិកភណ្ឌធម្មជាតិនឹងដើរតួនាទីសំខាន់ទ្រទ្រង់ដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយចីរភាព និងភាពប្រកួតប្រជែងខ្ពស់ ហើយផែនការមេនេះនឹងជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រភេទនេះនៅខេត្តសៀមរាប រួមមាន ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ អេកូទេសចរណ៍ ទេសចរណ៍បែបផ្សងព្រេង។ល។ សកម្មភាពទេសចរណ៍បែបនេះមាននៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ជាច្រើន ដូចជា ភូមិទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងទេសភាពតាមដងផ្លូវប្រកបដោយភាពស្រស់ស្អាតតាមបែបធម្មជាតិនានា ប៉ុន្តែក៏ត្រូវមានស្តង់ដាសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍនៅក្នុងតំបន់ទាំងនេះ។ ការអភិវឌ្ឍតំបន់ទេសចរណ៍លក្ខណៈបែបទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងអេកូទេសចរណ៍ អាចមានទីតាំងស្ថិតនៅតំបន់ភាគខាងជើង (ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន) និងតំបន់ភាគខាងត្បូងនៃខេត្តសៀមរាប (បឹងទន្លេសាប) ព្រមទាំងតំបន់ជនបទ ដែលអាចទាញយកសក្តានុពលពីធនធានធម្មជាតិ ដើម្បីអភិវឌ្ឍជាគោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីៗ ឆ្លើយតបនឹងកំណើនតម្រូវការភ្ញៀវទេសចរ។

### ១- តំបន់ឧទ្យានជាតិព្រះជ័យវរ្ម័ន-នរោត្តម-"ភ្នំគូលែន"

ឧទ្យានជាតិព្រះជ័យវរ្ម័ន-នរោត្តម "ភ្នំគូលែន" ដែលហៅថា "**ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន**" ជាតំបន់ការពារធម្មជាតិដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយព្រះរាជក្រឹត្យនៅឆ្នាំ១៩៩៣ ដោយរួមបញ្ចូល ភ្នំគូលែន ភ្នំហប់ និងភ្នំក្បាលស្ពាន និងមានផ្ទៃដី សរុបប្រមាណ៣៧៥០០ហិចតា។ "**ភ្នំគូលែន**" ត្រូវបានអ្នកស្រាវជ្រាវទទួលស្គាល់ថា ជាប្រភពទឹកដ៏សំខាន់ ដែលបានរួមចំណែកធ្វើឱ្យអរិយធម៌អង្គរចាប់កំណើតឡើង និងបន្តមានឥទ្ធិពលល្បីល្បាញនៅក្នុងតំបន់ចាប់តាំងពីសតវត្សទី៩ តរៀងមក។ លើសពីនេះទៀត ស្របតាមគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការអនុវត្តអនុសញ្ញាឆ្នាំ១៩៧២ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានបញ្ចូលឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន (មហេន្ទ្របពិត) ក្នុងបញ្ជីបម្រុងដើម្បីដាក់ជាបេតិកភណ្ឌពិភពលោកស្របតាមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យទី២ ទី៤ និងទី៥ ក្រោមទម្រង់ជាសម្បត្តិបេតិភណ្ឌវប្បធម៌។ បន្ថែមលើនេះ ភ្នំគូលែនត្រូវបានចាត់ទុកជាភ្នំមានតម្លៃអភិរក្សខ្ពស់ ដោយផ្អែកលើទិដ្ឋភាពចម្បងៗចំនួនបីគឺ **លក្ខខណ្ឌអេកូឡូស៊ីសំខាន់ៗ សេវាប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី និងមុខងារសង្គម**។ គម្របព្រៃនៅតំបន់នោះភាគច្រើនជាព្រៃស្រោងពាក់កណ្តាលស្រោង និងរួមផ្សំដោយផ្នែកតូចៗនៃព្រៃរបោះ។ **ពាក់ព័ន្ធនឹងព្រៃឈើ** ឧទ្យាននេះគឺជាទីតាំងប្រកបដោយសក្តានុពល ដែលនៅសេសសល់ព្រៃឈើ និងប្រភេទដើមឈើសំខាន់ ដូចជា ក្រញូង បេង ឆាំឆា។ ក្រៅពីប្រភេទដើមឈើក៏នៅមាន**ប្រភេទសត្វ**ជាច្រើនទៀត ដែលពឹងពាក់អាស្រ័យដោយព្រៃឈើនៅឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន។ តំបន់នេះក៏ជាទីតាំងបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រដ៏មានសារៈសំខាន់ និងមានតម្លៃខ្ពស់សម្រាប់ប្រទេសជាតិ ដែលបាន

បន្សល់ទុកនូវមរតកវប្បធម៌ដ៏មានតម្លៃច្រើនប្រភេទ និងស្ថិតនៅច្រើនកន្លែង មានដូចជា ប្រាសាទបុរាណ ពើង ចម្លាក់បាតស្ទឹង ស្រះដំរី ព្រះអង្គធំ ឡកុលាលភាជន៍ ទំនប់បារាយណ៍ និងស្លាកស្នាមហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសំខាន់ៗដទៃទៀត។ ក្នុងបញ្ជីបុរាណស្ថានក្នុងឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន មានបុរាណស្ថានចំនួន១៥៥កន្លែងត្រូវបានរកឃើញ។

ភ្នំគូលែនជាប្រភពទឹកសម្រាប់ការប្រើប្រាស់នៅក្នុងខេត្តសៀមរាប និងជាពិសេសក្រុងសៀមរាប ប៉ុន្តែភ្នំគូលែនផ្តល់លើសពីទឹកប្រើប្រាស់ គឺទឹកដែលមានតម្លៃវិសេសវិសាលគឺ **ទឹកសក្តិសិទ្ធ** ដែលជាជំនឿដែលនៅតែទទួលការអនុវត្តរហូតមកដល់បច្ចុប្បន្នសម្រាប់រៀបចំពិធីសក្ការៈសំខាន់។ សព្វថ្ងៃប្រជាជនខ្មែរ និងទេសចរដែលកាន់ព្រះពុទ្ធសាសនា និងហិណ្ឌូសាសនា នៅតែបន្តមកគោរពសក្ការបូជានៅលើភ្នំ និងស្រង់ទឹកភ្នំគូលែន។

រាជរដ្ឋាភិបាល និងគណៈកម្មាធិការអន្តរជាតិ សម្របសម្រួលកិច្ចគាំពារ និងអភិវឌ្ឍន៍តំបន់អង្គរ បានចាត់ទុកទីតាំងបុរាណវត្ថុវិទ្យានេះ ជាតំបន់ដែលមិនអាចកាត់ផ្តាច់ពីបរិបទនៃតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរឡើយ ហើយការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ត្រូវតែមានការប្រុងប្រយ័ត្ន គោរពតាមបទដ្ឋានដើម្បីអភិរក្សការពារធនធានធម្មជាតិ និងបេតិកភណ្ឌ។ ដូច្នេះការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍មានភាពចាំបាច់ និងជាដំណោះស្រាយសម្រាប់ការអភិរក្សតំបន់សក្តានុពលធម្មជាតិនេះ ព្រោះការអភិវឌ្ឍនេះនឹងផ្តល់ជាប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមកិច្ច (ការបង្កើន និងពង្រឹងសមត្ថភាពជាដើម) ពីព្រៃឈើ និងបេតិកភណ្ឌដែលពួកគាត់ត្រូវចូលរួមថែរក្សា ដើម្បីបន្តទាញយកប្រយោជន៍ជានិរន្តរភាព។ រាល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ និងសេដ្ឋកិច្ច ត្រូវគោរពគោលការណ៍**ចំនួន ៣** នៃស្មារតីដើមនៃទីតាំងនោះ : **១). ប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមកិច្ចជូនប្រជាជនដែលរស់នៅទីនោះ** ដោយរក្សាជីវភាពរស់នៅតាមបែបប្រពៃណី ជំនឿ និងការអនុវត្តទំនៀមទម្លាប់ប្រចាំថ្ងៃ, **២). ព្រៃឈើ និងបរិស្ថានដែលត្រូវអភិរក្ស** និង **៣). ភាពសក្ការៈ** គឺលក្ខណៈប្រវត្តិសាស្ត្រ និងបុរាណវត្ថុវិទ្យារបស់តំបន់ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន។

**តារាង ២.១ : ការវិភាគ ចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យ (SWOT) ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន**

| ចំណុចខ្លាំង | ចំណុចខ្សោយ |
|---|---|
| ១). ភ្នំគូលែនមានសក្តានុពល ជាតំបន់ទេសចរណ៍សម្បូរទៅដោយធម្មជាតិ។ | ១). កង្វះការពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មម្ហូបអាហារ។ |
| ២). មានសម្បត្តិបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌។ | ២). បង្គន់អនាម័យនៅមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់។ |
| ៣). ជាតំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រ និងជាប្រភពទឹកដ៏សំខាន់។ | ៣). សេវាអ៊ីនធឺណិតនៅមិនទាន់ល្អប្រសើរ។ |
| ៤). ភ្នំគូលែនមានភាពទាក់ទាញសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរកម្រិតខ្ពស់។ | ៤). ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនៅមិនទាន់ល្អប្រសើរ។ |
| ៥). ត្រូវបានគេចាត់ទុកជាតំបន់ពិសិដ្ឋ និងសក្តិសិទ្ធិសម្រាប់គោរពបូជា។ | ៥). បញ្ហាគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន សំរាម នៅមានកម្រិតទាប។ |
| ៦). តំបន់ភ្នំគូលែនជាប្រភពទឹកដែលមិនចេះរីងស្ងួត។ | ៦). ការយល់ដឹងអំពីបេតិកភណ្ឌ និងបរិស្ថានរបស់ប្រជាពលរដ្ឋនៅទីនោះនៅមានកម្រិត។ |
| ៧). មានសក្តានុពលទេសចរណ៍គឺអាចរៀបចំជាតំបន់ទេសចរណ៍ផ្សងព្រេង។ | ៧). សកម្មភាពរបស់ជនខិលខូចមួយចំនួនបានធ្វើឱ្យបរិលខូចខាត និងបាត់បង់ធនធានធម្មជាតិ។ |
| ៨). ជាតំបន់ដែលមានប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីព្រៃឈើល្អ ជាទីជម្រកសំខាន់សម្រាប់ប្រភេទសត្វកម្រជាច្រើន។ | ៨). ចំនួនភ្ញៀវទេសចរនៅមានកម្រិតនៅឡើយ។ |
| ៩). ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន ជាតំបន់ដ៏មានភាពទាក់ទាញមួយក្នុងខេត្តសៀមរាប ដែលត្រូវបានវាយតម្លៃដោយ Trip Advisor។ | ៩). កង្វះមូលនិធិសម្រាប់ការអភិរក្ស និងអភិវឌ្ឍឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន។ |

| ភាពលានុវត្តភាព | ហានិភ័យ |
| --- | --- |
| **១).** ការអភិវឌ្ឍក្នុងខេត្តសៀមរាប និងជួយដល់ការអភិវឌ្ឍ និងអភិរក្សនៅក្នុងឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន។<br>**២).** ជាគោលដៅទេសចរណ៍វប្បធម៌ ធម្មជាតិ និងជាគោលដៅបម្រើដល់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវ។ | **១).** ប្រសិនបើឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន មិនគ្រប់គ្រងឱ្យបានខ្លាំងនោះនឹងទទួលរងនូវការគំរាមកំហែងដោយសារការកាប់ព្រៃឈើល្មើសច្បាប់។ ការបាត់បង់ព្រៃឈើ នឹងមានផលប៉ះពាល់មិនត្រឹមតែលើជីវៈចម្រុះ និងរបបចិញ្ចឹមជីវិតប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងបង្កឱ្យមានការខ្វះទឹកនៅរដូវប្រាំងសម្រាប់ខេត្តសៀមរាបផងដែរ។ |

*(ប្រភព : កែសម្រួលពីឯកសាររបស់ក្រសួងបរិស្ថាន)*

ខាងក្រោមនេះជាយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែនឱ្យក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ជំនឿ សាសនា ធម្មជាតិ ផ្សងព្រេង និងស្រាវជ្រាវ ដែលមានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីទទួលទាំងភ្ញៀវជាតិ និងអន្តរជាតិ÷

### ១.១- ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍សាសនា និងទេសចរណ៍ជំនឿ

ទេសចរណ៍សាសនា និងទេសចរណ៍ជំនឿ គឺជាប្រភេទទេសចរណ៍ដែលមានតាំងពីយូរយារមកហើយ និងនៅបន្តរីកចម្រើនរហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន។ ទេសចរណ៍ប្រភេទនេះ ជាទេសចរណ៍ដែលបង្កើនចំនួនត្រឡប់មកវិញរបស់ភ្ញៀវមានកម្រិតខ្ពស់ ហើយនេះជាអ្វីដែលគោលដៅទេសចរណ៍សៀមរាបត្រូវការយ៉ាងចាំបាច់។ ជាមូលដ្ឋាន ទិន្នន័យដែលយើងប្រើគឺផ្អែកលើការប៉ាន់ស្មានតាមរយៈការអង្កេតរបស់ក្រសួងទេសចរណ៍នៅឆ្នាំ២០១៩ ដោយ ១២% ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិដែលមកខេត្តសៀមរាប បានមកទស្សនាភ្នំគូលែន។ ការរៀបចំទេសចរណ៍សាសនា និងជំនឿត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : បង្កើតអាស្រម និងមណ្ឌលសមាធិ**

អាស្រម និងមណ្ឌលសមាធិអាចសាងសង់នៅមុខទីលានលិង្គ ១០០០ ឬនៅទីតាំងសមស្របជិតភូមិចាស់ ដោយសង់ជាសំណង់ស្រាល មានរចនាបថខ្មែរ និងប្រើប្រាស់ថាមពលកកើតឡើងវិញ សម្រាប់បម្រើឱ្យសកម្មភាពវិស័យទេសចរណ៍សាសនា និងទេសចរណ៍ ជំនឿនៅលើឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍សាសនាប្រចាំឆ្នាំ**

ប្រតិទិនពុទ្ធសាសនាមានពិធីបុណ្យប្រចាំឆ្នាំច្រើន ដោយក្នុងនោះមានរដូវបុណ្យពិសាខបូជា ចូលឆ្នាំខ្មែរ បំបួសនាគ ចូលវស្សា ជាដើម ដែលអ្នកគ្រប់គ្រងតំបន់ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន អាចសហការជាមួយវិស័យឯកជន ដើម្បីរៀបចំជាព្រឹត្តិការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ។ រាល់ព្រឹត្តិការណ៍បែបនេះត្រូវមានការផ្សព្វផ្សាយឱ្យចំអតិថិជនគោលដៅ។ ព្រឹត្តិការណ៍នេះ គួរមានការចាប់ដៃគូជាមួយនឹងវិស័យឯកជន ហើយតាមការសិក្សា និងពិគ្រោះយោបល់របស់យើងបានបង្ហាញថាវិស័យឯកជនគាំទ្រ និងមានបំណងចូលរួមអភិវឌ្ឍព្រឹត្តិការណ៍នេះ។ ការរៀបចំអាចធ្វើបានដោយជួលបរិវេណណាមួយរបស់ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន ដែលមានកំណត់ក្នុងសៀវភៅបន្ទុកពីទីតាំងដែលអាចរៀបចំបាន និងពីតម្លៃនៃការជួលទីតាំង។ អ្នករៀបចំមានក្រុមសមាជិករួចជាស្រេច និងមិនចាំបាច់ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយទ្រង់ទ្រាយធំឡើយ។ ការប្រើប្រាស់ទីតាំងតំបន់ការពារត្រូវមានការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ គិតគូរដល់បេតិកភណ្ឌធម្មជាតិ និងបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ឱ្យបានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ។

## ១.២- ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងអេកូទេសចរណ៍

ទេសចរណ៍ធម្មជាតិជាប្រភេទទេសចរណ៍គុណភាព ហើយជាទីផ្សារមួយដែលនៅតូច ប៉ុន្តែរីកធំបន្តិចម្តងៗជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ ទេសចរណ៍ធម្មជាតិគឺជាប្រភេទទេសចរណ៍ដែលគោលបំណងចម្បងគឺគយគន់ និងកម្សាន្តតាមរយៈធម្មជាតិ។ ទេសចរណ៍ធម្មជាតិមានការរៀបចំកម្សាន្តទៅតាមកម្រិតខុសគ្នាចំនួនពីរ គឺទីមួយទេសចរណ៍ធម្មជាតិកម្រិតស្រាល ដោយភ្ញៀវទេសចរចង់សម្រាក ដើរកម្សាន្តក្នុងធម្មជាតិ ញ៉ាំអាហារ និងមិនចូលរួមសកម្មភាព ឬបញ្ចេញកម្លាំងថាមពលលើសពីនេះទេ។ ទេសចរណ៍ធម្មជាតិកម្រិតខ្ពស់ គឺទេសចរមិនត្រឹមតែសម្រាកកម្សាន្ត ថែមទាំងចូលរួមសកម្មភាពការពារបរិស្ថាន និងរៀនពីប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី។ ភ្ញៀវទេសចរមកទស្សនា ធម្មជាតិ អាចជាភ្ញៀវមកជាក្រុមរៀបចំដោយប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ឬជាក្រុមតូចៗដែលរៀបចំដោយខ្លួនឯង។ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការ និងអាចទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរធម្មជាតិ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : អភិវឌ្ឍនិងគ្រប់គ្រងបរិវេណរមណីយដ្ឋានទឹកធ្លាក់ធំ**

ទឹកធ្លាក់ធំជារមណីយដ្ឋានដែលទាក់ទាញភ្ញៀវជាតិប្រហែល ៩០% ឱ្យមកកម្សាន្ត គយគន់ទឹកធ្លាក់ ងូតទឹក ថតរូប និងបរិភោគម្ហូបអាហារនៅជុំវិញទីនោះ ហើយត្រូវចាត់ទុកថាជាទីតាំងសំខាន់ជាងគេមួយ។ ដើម្បីពង្រឹងការគ្រប់គ្រង ត្រូវមានការគិតគូរលើចំណុច រួមមាន: **១).** នៅជិតទឹកធ្លាក់ធំមានប្រាសាទចាស់បុរាណ បើទោះជាបច្ចុប្បន្នមានការបាក់បែក ទីតាំងនោះត្រូវទទួលការការពារ និងមិនឱ្យអ្នកលក់ដូរលក់ម្ហូបនៅទីនេះទេ។ អ្នកលក់អាចលក់ត្រឹមបរិវេណក្រៅខ្សែដែលខណ្ឌចែកតំបន់ប្រាសាទចាស់ និងតំបន់តូបលក់ដូរនោះ និង **២).** ផ្លូវ និងជណ្តើរឆ្ពោះទៅកាន់ទឹកធ្លាក់ធំគួរមានការជួសជុល និងស្តារឡើងវិញ ដើម្បីផ្តល់សុវត្ថិភាព និងភាពងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរទាំងកុមារ វ័យកណ្តាល និងវ័យចំណាស់។

នៅឆ្នាំ ២០១៨ រាជរដ្ឋាភិបាលបានផ្តល់ថវិកាតាមរយៈអាជ្ញាធរជាតិអប្សរា សាងសង់ផ្លូវបេតុងថ្មីមួយខ្សែ ដែលបើកការតភ្ជាប់ភ្នំគូលែនទៅកាន់តំបន់បេតិកភណ្ឌផ្សេងទៀត នៅភាគខាងកើត និងខាងត្បូងនៃឧទ្យានជាតិនេះ។ ផ្លូវថ្មីនេះបង្កឱ្យមានភាពងាយស្រួលបានមួយផ្នែកនៃកំណាត់ផ្លូវសម្រាប់ការធ្វើដំណើរទៅកាន់បុរាណដ្ឋាន ប្រាសាទ ពើងមួយចំនួនធំ។ ផ្លូវថ្មីមួយខ្សែនេះបានអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកធ្វើដំណើរឡើង និងចុះក្នុងពេលជាមួយគ្នាដោយមិនចាំបាច់រង់ចាំដល់ពេលរសៀលទើបចុះមកវិញបានឡើយ។ ជាមួយគ្នានេះ គួរមានការជួសជុលផ្លូវចាស់ឱ្យមានសភាពងាយស្រួលក្នុងការធ្វើដំណើរផងដែរ ព្រមទាំងដាក់ចេញជាគម្រោងថែរក្សាជាប្រចាំនូវផ្លូវដែលសាងសង់រួចហើយ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ពង្រឹងសហគមន៍មូលដ្ឋាននៅលើភ្នំគូលែន**

ដើម្បីធានាដល់ការអភិរក្សសម្បត្តិធនធានធម្មជាតិ និងវប្បធម៌ និងការផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដល់សហគមន៍មូលដ្ឋាន ចាំបាច់ត្រូវពង្រឹងតួនាទី ការចូលរួម និងការទទួលខុសត្រូវរបស់សហគមន៍មូលដ្ឋានឱ្យក្លាយជាសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ រួមចំណែកដល់ការលើកកម្ពស់កិច្ចគាំពារបរិស្ថាន ការគ្រប់គ្រងធនធានធម្មជាតិប្រកបដោយនិរន្តរភាព ព្រមទាំងជំរុញការរស់នៅប្រកបដោយចីរភាព ដោយធ្វើពិពិធកម្មសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច និងទេសចរណ៍នៅតាមសហគមន៍មូលដ្ឋាននីមួយៗ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : បង្កើតសួនទេសចរណ៍**

ការធ្វើចម្ការពនេចរ និងការកាប់ដើមឈើព្រៃរួចដាំដើមស្វាយចន្ទី ជាបញ្ហាប្រឈមយ៉ាងខ្លាំងនាពេលបច្ចុប្បន្ននៅលើភ្នំគូលែន។ ការស្តារព្រៃឈើឡើងវិញ ត្រូវមានការចូលរួមពីសហគមន៍មូលដ្ឋាន ដោយត្រូវធ្វើឱ្យប្រជាជន

មូលដ្ឋានយល់ពីសារៈសំខាន់នៃបរិស្ថាន ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី និងទទួលបានផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចសង្គមពីការថែរក្សាបេតិកភណ្ឌធនធានធម្មជាតិទាំងនេះ។

យុទ្ធនាការ **"ទេសចរម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម"** ជាការប្រតិបត្តិដើម្បីបង្កើនការដាំដុះឡើងវិញនៃព្រៃឈើរបស់ភ្នំគូលែន ដូចជា ក្រញូង បេង ធ្នង់ ។ តាមរយៈការថែរក្សាបរិវេណសួនទេសចរណ៍ ប្រជាពលរដ្ឋនឹងអាចទទួលការងារពីសហគមន៍ទេសចរណ៍ដែលនឹងបង្កើតឡើងក្នុងក្របខ័ណ្ឌគម្រោងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ធម្មជាតិនេះ ជាអ្នកយាម និងអ្នកមើលថែសួនព្រៃទាំងនោះ។ លទ្ធផលដែលយើងរំពឹងទុកគឺការបញ្ឈប់ការទន្ទ្រានកាប់ និងការធ្វើកសិកម្មនៅក្នុងតំបន់ការពារទាំងនេះ។

### ១.៣- ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងទេសចរណ៍ផ្សងព្រេង

ទេសចរណ៍ផ្សងព្រេង ជាប្រភេទទេសចរណ៍ដែលស្វែងយល់ពីអ្វីថ្មី ទាំងធម្មជាតិ និងវប្បធម៌នៅកន្លែងកម្សាន្តដែលឆ្ងាយដាច់ពីគេ ឬក៏អាចជាការកម្សាន្តនៅកន្លែងឆ្ងាយដោយមិនមានការព្រៀងទុក។ ដើម្បីឱ្យងាយយល់វាអាចជាទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងជាទេសចរណ៍វប្បធម៌ដែលនៅកន្លែងដែលទេសចរមហាជនមិនទៅ ហើយទេសចរណ៍ប្រភេទនេះគឺសម្រាប់អ្នកដែលសកម្ម។ នៅភ្នំគូលែន យើងអាចអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រភេទនេះ តាមរយៈការផ្សំចូលគ្នារវាងការដើរមើលព្រៃភ្នំ ការដើរទស្សនាប្រាសាទនិងពើងដែលស្ថិតជ្រៅនៅក្នុងព្រៃ និងការបោះជំរំក្នុងព្រៃ។ ការដើរកម្សាន្តដែលអាចប្រើរយៈពេលចាប់ពី ១ថ្ងៃ ឡើងទៅ ដោយបង្កើតជាផ្លូវដើរដែលមានជម្រើសច្រើន និងអាចជ្រើសជាការជិះកង់ក៏បាន។ ទេសចរណ៍ផ្សងព្រេងនេះអាចជាការកម្សាន្តដែលមានលាយឡំជាមួយភាពភិតភ័យ ដូចជាការជិះខ្សែរ៉តបង្គូតពីទីខ្ពស់ ទៅកាន់ទីខ្ពស់មួយទៀតនៃភ្នំគូលែន។ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ផ្សងព្រេង ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១: បង្កើតទេសចរណ៍ផ្សងព្រេងតាមរយៈការធ្វើដំណើរនៅក្នុងព្រៃ (Trekking)**

ទេសចរណ៍ផ្សងព្រេងតាមរយៈការដំណើរនៅក្នុងព្រៃ ត្រូវបានទទួលស្គាល់ថាជាប្រភេទទេសចរណ៍ដែលចូលរួមការពារធម្មជាតិ និងផ្តល់ប្រយោជន៍ដល់សហគមន៍ នៅពេលដែលការរៀបចំទេសចរណ៍ប្រភេទនេះមានការគិតគូរបានយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្ន។ ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចដំណើរផ្សងព្រេងតាមប្រធានបទខុសៗគ្នា ដូចជា ខ្សែផ្លូវដើរវប្បធម៌ ខ្សែផ្លូវដើរប្រវត្តិសាស្ត្រ នៅក្នុងធម្មជាតិព្រៃភ្នំ ជាដើម អាចបង្កើនរយៈពេលស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវនៅលើភ្នំ។ ឧទាហរណ៍ ដូចជា **ការបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ចដំណើរផ្សងព្រេងបេតិកភណ្ឌមហេន្ទ្របព៌ត** ដែលអាចចំណាយរយៈពេល ៣ ថ្ងៃ ២ យប់ ដោយធ្វើដំណើរថ្មើរជើងមួយផ្នែក និងដោយការជិះកង់ និងម៉ូតូមួយផ្នែក។ នៅក្នុងខ្សែដំណើរផ្សងព្រេងនេះភ្ញៀវទេសចរត្រូវដើរកាត់បុរាណដ្ឋាន ទឹកធ្លាក់ រូងភ្នំ កន្លែងសក្ការៈ ពើងសំខាន់ៗ ហើយមានរៀបចំម្ហូបទស្សនាភូមិ និងសហគមន៍ផងដែរ។

លើសពីនេះទៀត ផ្លូវលំទៅកាន់បុរាណដ្ឋាន ពើង និងទីតាំងទេសចរណ៍សំខាន់ៗ មានការខូចខាតខ្លាំង ចាំបាច់ត្រូវធ្វើការជួសជុល និងថែរក្សាជាប្រចាំ ដើម្បីអាចផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់ទេសចរអាចទៅទស្សនាតំបន់ទាំងនោះ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២: បង្កើតសកម្មភាពកម្សាន្តនៅលើទីខ្ពស់**

តំបន់ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន មានសក្តានុពលសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កីឡា ផ្សារភ្ជាប់នឹងធម្មជាតិពិសេសការកម្សាន្តបម្លាស់ទីលើខ្សែព្យួរ។ ផលិតផលទេសចរណ៍នេះ អាចសិក្សាលទ្ធភាពបង្កើតជាការកម្សាន្តប្រភេទ

ទម្រង់ ២ : ១).ការបង្កើតការដើរកម្សាន្តបម្លាស់ទីលើខ្សែពួរ ២). ដំណើរកម្សាន្តបម្លាស់ទីលើខ្សែពួរដែលមានកម្ពស់ខ្ពស់។ ដើម្បីធានាឱ្យបាននិរន្តរភាពផ្នែកបរិស្ថាន ធនធានធម្មជាតិ បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ នៅតំបន់ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន ការរៀបចំបង្កើតផលិតផលប្រភេទនេះ នឹងមានការសិក្សាឱ្យបានលម្អិត ដោយគិតគូរទាំងសុវត្ថិភាពភ្ញៀវ សម្បត្តិបេតិកភណ្ឌ និងផលប៉ះពាល់ផ្សេងៗ។

## ១.៤- ការអភិវឌ្ឍគោលដៅទេសចរណ៍ស្រាវជ្រាវ និងវិទ្យាសាស្ត្រ

ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន ជាតំបន់ដែលពោរពេញទៅដោយតម្លៃវិទ្យាសាស្ត្រ ដែលត្រូវលើកកម្ពស់បន្ថែម។ ដោយមើលឃើញសារៈសំខាន់នេះ រាជរដ្ឋាភិបាលបានសម្រេចបង្កើត **មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ និងអភិរក្សកេសរកូល សម្តេចវិបុលបញ្ញា សុខ អាន ភ្នំគូលែន** កាលពីឆ្នាំ២០១៨ ក្នុងគោលបំណងលើកកម្ពស់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវ អភិរក្សកេសរកូល អប់រំផ្សព្វផ្សាយពីតម្លៃនៃផ្កាកេសរកូល និងទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរឱ្យមកទស្សនាកម្សាន្ត សំដៅធានាប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងក្នុងតំបន់ការពារធម្មជាតិ ព្រមទាំងការលើកកម្ពស់ជីវភាពសហគមន៍មូលដ្ឋាន។ មជ្ឈមណ្ឌលនេះ នឹងផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ផ្សេងៗជាច្រើនជាអាទិ៍ រក្សា និងស្តារពូជកេសរកូលព្រៃក្នុងស្រុក ប្រមូលផ្តុំសំណាកកេសរកូលរស់ កត់ត្រានិងធ្វើសារពើភណ្ឌជាកន្លែងសម្រាប់អ្នកសិក្សាស្រាវជ្រាវអនុវត្តដោយផ្ទាល់ ផ្តល់ចំណេះដឹង និងព័ត៌មានវិទ្យាសាស្ត្រពីកេសរកូលព្រៃសម្រាប់មនុស្សជំនាន់ក្រោយ ផ្សារភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងមនុស្ស និងធម្មជាតិ បង្កើនជីវភាពរស់នៅរបស់សហគមន៍មូលដ្ឋាន ទទួលចំណេះដឹង ជំនាញ និងបទពិសោធន៍ពីអ្នកជំនាញជាតិ និងអន្តរជាតិ គៀរគរថវិកា សម្ភារៈ និងបច្ចេកទេសក្នុងការគ្រប់គ្រងធនធានធម្មជាតិ។ មជ្ឈមណ្ឌលនេះនឹងក្លាយទៅជាផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីបែបធម្មជាតិ ផ្សារភ្ជាប់នឹងដំណើរទស្សនកិច្ចសិក្សារបស់ទេសចរ បន្ថែមលើផលិតផលទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌។

## ១.៥- ការពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍នៅឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន

ដើម្បីបង្កើនទំនុកចិត្តក្នុងដំណើរកម្សាន្ត និងធានាបាននូវគុណភាពសេវាកម្មជូនភ្ញៀវទេសចរដែលមកកម្សាន្តនៅឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន ចាំបាច់ត្រូវពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍នៅតំបន់នេះ ដោយត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : បង្កើតមធ្យោបាយធ្វើដំណើរងាយស្រួល និងមានសុវត្ថិភាព**

ដើម្បីឱ្យភ្ញៀវទេសចរអាចមានជម្រើសរៀបចំដំណើរកម្សាន្តដោយខ្លួនឯង និងងាយស្រួលធ្វើដំណើរប្រកបដោយសុវត្ថិភាព គួរសិក្សាលទ្ធភាពក្នុងការបង្កើតជារថភ្លើងអគ្គិសនីសម្រាប់ឡើង និងចុះពីភ្នំគូលែន ជាគម្រោងមួយដែលនឹង **"ប្រែក្លាយភ្នំគូលែនទៅជាតំបន់ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងទេសចរណ៍គុណភាព"** និងគាំទ្រអនុវត្តគោលដៅដែលបានកំណត់ក្នុងផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ដោយ**ប្តូរមុខមាត់ភ្នំគូលែនពីគោលដៅទស្សនាបន្ទាប់បន្សំមកជាគោលដៅទស្សនាចម្បងបន្ទាប់ពីប្រាសាទអង្គរវត្ត។** បច្ចុប្បន្ន បច្ចេកវិទ្យាទំនើបអាចបង្កើត រថភ្លើងអគ្គិសនីដែលប្រើប្រាស់ថាមពលសន្សំសំចៃ ជាថាមពលអគ្គិសនីមួយផ្នែក និងថាមពលកកើតឡើងវិញមួយផ្នែក។ ដោយតំបន់ភ្នំគូលែន មានសំណល់បុរាណវត្ថុវិទ្យាជាច្រើននៅក្នុងដី រាល់ការសាងសង់ត្រូវគោរពតាមគោលការណ៍បុរាណវត្ថុវិទ្យា និងត្រូវធ្វើកំណាយបង្ការជាមុន។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ពង្រឹងការអប់រំការយល់ដឹងអំពីបរិស្ថានស្អាត**

ដោយសារភ្នំគូលែនជាឧទ្យានជាតិ ត្រូវពិចារណាលើការផ្សព្វផ្សាយការយល់ដឹងអំពីបរិស្ថានបន្ថែមទៀតដល់សហគមន៍មូលដ្ឋាន និងភូមិនានានៅលើភ្នំគូលែន ដោយអាចធ្វើការជាមួយសាលារៀន និងវត្តនៅក្នុងតំបន់។ គ្រូបង្រៀនអាចមានឥទ្ធិពលលើមនុស្សជំនាន់ក្រោយនៅតាមសាលា ហើយកុមារទាំងនោះអាចនាំសារនេះទៅគ្រួសាររបស់ពួកគេ។ ព្រះសង្ឃមានឥទ្ធិពលខាងស្មារតីដ៏សំខាន់មកលើសហគមន៍ ដូច្នេះអាចជះឥទ្ធិពលភ្លាមៗដល់មនុស្សពេញវ័យនៅក្នុងសហគមន៍របស់ខ្លួន។ ក្នុងន័យនេះ **យុទ្ធនាការ "ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ បដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ"** ត្រូវដាក់អនុវត្តឱ្យសកម្ម និងមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍នេះ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : ពង្រឹងការទទួលខុសត្រូវរបស់វិនិយោគិន ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍**

ការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាពនៅក្នុងឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន តម្រូវឱ្យមានការចូលរួមពីប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ វិនិយោគិនទេសចរណ៍ដែលត្រូវគោរពតាមគោលការណ៍ **"ការទទួលខុសត្រូវផ្នែកសង្គម"** ក្នុងនោះត្រូវគោរព និងអនុវត្តតាមសៀវភៅបន្ទុកច្បាស់លាស់។ រាល់សម្បទានទេសចរណ៍នៅក្នុងឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែនត្រូវអភិវឌ្ឍស្របតាមស្តង់ដាគុណភាព។ ជាឧទាហរណ៍សៀវភៅបន្ទុក **១). សៀវភៅបន្ទុកសម្រាប់រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍សាសនា :** រៀបចំសៀវភៅបន្ទុកសម្រាប់កំណត់ទីតាំងដែលអាចរៀបចំបាន តម្លៃនៃការជួលទីតាំង និងលក្ខខណ្ឌអនុវត្តប្រកបដោយតម្លាភាព និង **២). សៀវភៅបន្ទុកសម្រាប់អាជីវកម្មផ្ទះស្នាក់ :** ការរៀបចំផ្ទះស្នាក់ ជាលក្ខណៈសហគមន៍ ឬឯកជនត្រូវគោរពតាមស្តង់ដាផ្ទះស្នាក់កម្ពុជា និងអាស៊ានដែលមានកំណត់នៅក្នុងសៀវភៅបន្ទុក។

រាល់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ទាំងអស់ ដែលធ្វើអាជីវកម្មក្នុងឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែនត្រូវតែជាប្រតិបត្តិករមានស្នាដៃឆ្នើមខាងផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម ត្រូវមានឡាបិលបញ្ជាក់គុណភាពស្តង់ដាបៃតងក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤ : ពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពនៃការផ្តល់ព័ត៌មានសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ**

ដើម្បីឱ្យកាន់តែមានភាពងាយស្រួលក្នុងការផ្តល់ព័ត៌មានជូនភ្ញៀវទេសចរអំពី ប្រវត្តិសាស្ត្រ បុរាណវត្ថុវិទ្យា អេកូឡូស៊ី ធម្មជាតិ បរិស្ថាន បទដ្ឋាន ទីតាំង និងផ្លូវទៅកាន់បុរាណដ្ឋាន ពើង សំខាន់ៗ ចាំបាច់ត្រូវបង្កើត **មជ្ឈមណ្ឌលព័ត៌មាន និងតាំងពិព័រណ៍** នៅច្រកចូលនៃទីតាំងលក់សំបុត្រ ដែលអាចឱ្យភ្ញៀវស្វែងរកព័ត៌មាន និងស្វែងយល់ពីតំបន់ភ្នំគូលែនមុននឹងចូលទស្សនា ពិសេសអាចជួលសម្រួលដល់ភ្ញៀវដែលមិនមកតាមកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចអាចមានភាពងាយស្រួលក្នុងការរៀបចំដំណើរកម្សាន្តរបស់ខ្លួន ទៅតាមពេលវេលាដែលខ្លួនមាន។ **មជ្ឈមណ្ឌលព័ត៌មាន និងតាំងពិព័រណ៍**នេះ ក៏ជាទីកន្លែងបង្ហាញពីប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីរបស់ភ្នំនេះផ្ទាល់ ទាំងប្រភេទដើមឈើ សត្វ ប្រវត្តិនៃការដាំដុះ និងការដាំដុះនាពេលបច្ចុប្បន្ន ព្រមទាំងអាចផ្តល់ជាការបង្រៀនពីអេកូឡូស៊ីទៅដល់ក្រុមទេសចរដែលបានកក់ទុកជាមុន។ ជាមួយគ្នានេះផងដែរ ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការផ្តល់ព័ត៌មានត្រូវបង្កើតឱ្យមានមគ្គុទ្ទេសក៍នៅឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន។ ដោយឡែក ក្នុងយុគសម័យឌីជីថល មជ្ឈមណ្ឌលនេះនឹងត្រូវប្រើប្រាស់ឧបករណ៍បច្ចេកវិទ្យាទំនើបៗ ជាជំនួយ ដូចជា បច្ចេកវិទ្យាបញ្ញាសិប្បនិម្មិត បច្ចេកវិទ្យា Virtual Reality (VR) និង Augmented Reality (AR) និងការប្រើប្រាស់ផែនទីអនឡាញជាដើម។

ទន្ទឹមនេះ ត្រូវមានស្លាកសញ្ញាបង្ហាញផ្លូវ ដោយសារការដើរមើលព្រៃត្រូវការសេរីភាពមួយចំនួន មានន័យថាភ្ញៀវមួយចំនួនមិនត្រូវការមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ដូច្នេះត្រូវមានការសិក្សា និងរៀបចំម្ការដាក់ស្លាកសញ្ញា និងសញ្ញាបង្ហាញផ្លូវ ឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់។ ការដាក់ស្លាកសញ្ញាសម្គាល់ផ្លូវដែលត្រូវធ្វើដំណើរដោយថ្មើរជើង កង់ និងម៉ូតូទៅកាន់រមណីយដ្ឋាន និងផ្លាកតួសសម្គាល់ដំណើរផ្សងព្រេងត្រូវចាត់ទុកជាអាទិភាព និងរៀបចំដាក់ឱ្យបានច្បាស់ ដើម្បីអាចឱ្យទេសចរធ្វើដំណើរជាមួយមគ្គុទ្ទេសក៍ ឬគ្មានមគ្គុទ្ទេសក៍។

### ១.៦- យន្តការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន

ដើម្បីគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន ផែនការមេកំណត់ឱ្យបង្កើត **"អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍"** ដែលនឹងក្លាយជាអ្នកអភិវឌ្ឍ និងគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន។ អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ដោយឡែកនេះ ស្ថិតក្រោមទម្រង់ចម្រុះ ភាពជាដៃគូរដ្ឋ-ឯកជន ឬភាពជាដៃគូសហគមន៍-រដ្ឋ-ឯកជន-ដៃគូអភិវឌ្ឍ។ រាល់ទំនាក់ទំនងរវាងវិនិយោគិន ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍តំបន់ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន ត្រូវមាន**កិច្ចសន្យា និងសៀវភៅបន្ទុកច្បាស់លាស់** អមជាមួយការបែងចែកផលប្រយោជន៍ប្រកបដោយសមធម៌។

## ២- តំបន់ជុំវិញតំបន់ការពារប្រាសាទបន្ទាយស្រី

តំបន់បន្ទាយស្រីមានទីតាំងនៅលើផ្លូវជាតិលេខ ៦៧ ចម្ងាយ ២០គីឡូម៉ែត្រ នៅភាគឦសាននៃរមណីយដ្ឋានអង្គរ ចម្ងាយប្រហែល ៣០គីឡូម៉ែត្រ ពីទីប្រជុំជនខេត្តសៀមរាប និងស្ថិតនៅក្បែរឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន។ តំបន់នេះមានសក្តានុពលអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍ ដែលឆ្លើយតបទៅនឹងនិន្នាការថ្មីៗនៃតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរ **"ទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព"**។ ការកំណត់ជ្រើសយកតំបន់បន្ទាយស្រីជាតំបន់អាទិភាពក្នុងការអភិវឌ្ឍ **"ទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍"** គឺផ្អែកលើទិដ្ឋភាពសេដ្ឋកិច្ចសង្គម និងវប្បធម៌នៃតំបន់នេះ ដែលមានប្រជាជនភាគច្រើនធ្វើសកម្មភាពកសិកម្ម (ជាពិសេសការដាំដុះបន្លែផ្លែឈើ និងការចិញ្ចឹមសត្វ) ដែលនឹងបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍។ ខាងក្រោមនេះគឺជាការវិភាគចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យក្នុងការចាប់យកការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់ស្រុកបន្ទាយស្រី÷

**តារាង ២.២ : វិភាគ ចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យ ក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅតំបន់បន្ទាយស្រី**

| ចំណុចខ្លាំង | ចំណុចខ្សោយ |
|---|---|
| ១). ស្ថានភាពភូមិសាស្ត្រអំណោយផលដោយសារនៅជិតក្រុងសៀមរាប។<br>២). មានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតភ្ជាប់។<br>៣). មានតំបន់ទេសចរណ៍ល្បីៗនានាក្នុងស្រុកដូចជា ភូមិព្រះដាក ភូមិបន្ទាយស្រី ភូមិខ្នាររងៀស ប្រាសាទបន្ទាយសម្រែ ប្រាសាទបន្ទាយស្រី ភ្នំបូក និងរមណីយដ្ឋានក្បាលស្ពានដែលមានទន្លេលិង្គមួយពាន់ ជាដើម។<br>៤). ភូមិចម្លាក់ថ្មនៅតាឯក និងសារមន្ទីរសេរ៉ាមិកនៅយ៉ូរនតាឯក។<br>៥). ធនធានធម្មជាតិដូចជាបឹង/អាងស្តុកទឹកតាត្រៀវ (នៅព្រះដាក) ទំនប់ចំបក់ធំ (នៅខាន់សណ្ដាយ) សហគមន៍ព្រៃឈើ ដើមត្នោត ដីខ្សាច់ ដីក្រហម ។ល។<br>៦). ចម្ការធំៗដូចជាចម្ការស្រកានាគ ត្រសក់ស្រូវ ក្រូចឳឡឹក កសិដ្ឋានចិញ្ចឹមមាន់ ទា ជ្រូក ជាដើម។<br>៧). រោងចក្រផលិតទឹកសុទ្ធមួយដែលមានស្តង់ដារអន្តរជាតិ (នៅភូមិត្បែងកើត)។<br>៨). មជ្ឈមណ្ឌលត្បាញសូត្រ។<br>៩). សារមន្ទីរមីន (នៅភូមិខ្នារ)ដែលបង្ហាញពីសញ្ញាផ្ទុះមិនទាន់ផ្ទុះក្រោយសង្គ្រាម។ | ១). សេវា និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រមិនទាន់ល្អប្រសើរ។<br>២). កន្លែងលក់ផលិតផលមិនមានការរៀបចំល្អនៅឡើយ។<br>៣). ជំនាញវិជ្ជាជីវៈនៅមានកម្រិត។ |

| | |
|---|---|
| ១០). ផ្ទះស្នាក់ជាច្រើន។<br>១១). តូបលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍។<br>១២). កន្លែងលក់និបញ្ចុកដ៏ល្បីល្បាញនៅភូមិព្រះដាក។<br>១៣). ប្រជាជនរួសរាយរាក់ទាក់។<br>១៤). ផលិតផលកសិកម្មមានសក្ដានុពលបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍។ | |
| **កាលានុវត្តភាព** | **ហានិភ័យ** |
| ១). កំណើននៃការមកដល់នៃភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិមកខេត្តសៀមរាប។<br>២). ការដាក់យុទ្ធសាស្ត្ររបស់រាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងការបង្កើតឱ្យមានតំបន់ទេសចរណ៍ថ្មីនៅទីនេះ។<br>៣). និន្នាការកើនឡើងនៃទេសចរអន្តរជាតិសម្រាប់ការទស្សនាតំបន់ទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍។ | ១). ប្រសិនបើការអភិវឌ្ឍមិនគោរពតាមគោលការណ៍និរន្តរភាព នាំឱ្យប៉ះពាល់ដល់និរន្តរភាពនៅទីនេះ។<br>២). ប្រសិនបើភ្ញៀវទេសចរមិនមែនជាភ្ញៀវទេសចរប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ ធ្វើឱ្យទេសចរណ៍គ្មានគុណភាព។ |

ផ្អែកតាមការវិភាគខាងលើ ផែនការមេនេះមានចក្ខុវិស័យដាក់ចេញគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បី : ១).ប្រែក្លាយតំបន់នេះឱ្យទៅជាតំបន់ទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញថ្មីមួយទៀតសម្រាប់ខេត្តសៀមរាប, ២). ទាញយកផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចពីធនធានធម្មជាតិដែលមានស្រាប់ សំដៅលើកកម្ពស់ជីវភាពប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋានតាមរយៈវិស័យទេសចរណ៍ និង ៣). កំណត់អំពីយន្តការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់បន្ទាយស្រី។

ដើម្បីសម្រេចបានគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះ គឺត្រូវពង្រឹងផលិតកម្មកសិកម្ម បម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍រៀបចំកន្លែងលក់ដូរឱ្យបានប្រសើរឡើង និងលើកកម្ពស់សហគមន៍ទេសចរណ៍នៅទីនេះឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព។ ការលើកកម្ពស់កិច្ចសហការរវាងគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធគឺពិតជាមានភាពចាំបាច់ ដោយប្រមូលផ្តុំទាំងវិស័យសាធារណៈ វិស័យឯកជន សង្គមស៊ីវិល និងដៃគូអភិវឌ្ឍ ដើម្បីបង្កើនសមត្ថភាពវិនិយោគ និងការអភិវឌ្ឍជនបទបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍។ ក្នុងន័យនេះ **យុទ្ធសាស្ត្រចំនួន ៣** ត្រូវបានលើកឡើង ដូចខាងក្រោម÷

### ២.១- ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់បន្ទាយស្រី ជាតំបន់ទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញថ្មីសម្រាប់ខេត្តសៀមរាប

ដោយភ្ញៀវទេសចរជាច្រើនបានឆ្លងកាត់តំបន់នេះ តំបន់បន្ទាយស្រីគួរតែឆ្លៀតទាញយកផលប្រយោជន៍ពីរំហូរទេសចរណ៍។ គ្រប់ទីតាំងសំខាន់ដែលមានភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍ទាំងអស់មានការផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងកសិកម្ម។ ដូច្នេះការរួមបញ្ចូលគ្នារវាងផលិតផលទាំងពីរនេះ បានផ្តល់នូវឱកាសដ៏ល្អក្នុងការបង្កើតសៀគ្វីទេសចរណ៍ (ប្រភេទកសិ-ទេសចរណ៍ ទេសចរណ៍ជនបទ) ដែលមានភាពពេញនិយមខ្លាំងសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិពិសេសទេសចរអឺរ៉ុប ជប៉ុន កូរ៉េ។ ជាឧទាហរណ៍ ភ្ញៀវទេសចរអាចទស្សនា និងភ្លក់រសជាតិផលិតផលកសិកម្មគ្មានជាតិគីមី និងកសិផលព្រៃឈើប្រកបដោយនិរន្តរភាព។

រីឯវប្បធម៌ខ្មែរត្រូវបានថែរក្សាយ៉ាងល្អនៅក្នុងតំបន់នេះ ហើយសហគមន៍មូលដ្ឋានរួមមាន សហគន៍ព្រៃឈើ សហគមន៍កសិកម្ម មានឆន្ទៈខ្ពស់ក្នុងការចូលរួមអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅតំបន់នោះ។ ចំណូលដែលទទួលបានអាចផ្តល់ឱ្យពួកគេនូវប្រាក់ចំណូលបន្ថែមគួរឱ្យកត់សម្គាល់ បន្ថែមលើសកម្មភាពកសិកម្ម និងការចិញ្ចឹមសត្វ។ សកម្មភាពទេសចរណ៍ភ្ជាប់ទៅនឹងវប្បធម៌ក្នុងស្រុក អាចអភិវឌ្ឍយ៉ាងងាយស្រួលនៅទីនោះហើយការអភិវឌ្ឍក៏អាចធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធមូលដ្ឋាន ដូចជា ផ្លូវ ថ្នល់ ទឹកស្អាត អគ្គិសនី ជាដើម។ គំនិតនៃការដាក់ទីតាំងបន្ទាយស្រី

ជាគោលដៅទេសចរណ៍មួយ គឺដើម្បី: ១). បង្កើនភាពទាក់ទាញដែលធ្វើឱ្យភ្ញៀវទេសចរស្នាក់នៅបានកាន់តែយូរ និង ២). ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋដោយទទួលអត្ថប្រយោជន៍ពីវិស័យទេសចរណ៍។ ជាទិសដៅ គឺត្រូវអភិវឌ្ឍតំបន់បន្ទាយស្រី ឱ្យក្លាយជាតំបន់ទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញដែលអនុញ្ញាតឱ្យភ្ញៀវទេសចរស្វែងយល់ពីតំបន់នេះឱ្យបានស៊ីជម្រៅ ដោយផ្សារភ្ជាប់នឹងវប្បធម៌ ប្រពៃណី ម្ហូបអាហារ ចំណេះដឹង។ល។ ដើម្បីសម្រេចបានយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : លើកកម្ពស់ភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍ប្រាសាទបន្ទាយស្រីផ្សារភ្ជាប់តំបន់ជុំវិញ**

ប្រាសាទបន្ទាយស្រី គឺជាប្រាសាទមួយក្នុងចំណោមប្រាសាទដែលស្អាតបំផុតនៅតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរហើយឈ្មោះស្រុកក៏ដាក់ដូចឈ្មោះប្រាសាទនេះផងដែរ។ តំបន់បន្ទាយស្រីមានកន្លែងទេសចរណ៍ជាច្រើនទៀតក្រៅពីប្រាសាទ ដោយភ្ញៀវទេសចរអាចទទួលបានបទពិសោធន៍ថ្មីៗ រួមទាំងបទពិសោធន៍នៃការស្នាក់នៅតាមផ្ទះស្នាក់ និងរោងជាងសិប្បកម្មកំពុងត្រូវបានធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង ដើម្បីជំរុញការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវទេសចរឱ្យកាន់តែយូរ និងចូលរួមលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន។

ក្នុងន័យនេះ ចាំបាច់ត្រូវពង្រឹងបន្ថែមឱ្យប្រាសាទបន្ទាយស្រីជាគោលដៅទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញដោយផ្សារភ្ជាប់តំបន់ជុំវិញ : ១). ត្រូវបង្កើតសៀគ្វីទេសចរណ៍បន្ទាយស្រី ដោយសារប្រាសាទបន្ទាយស្រីមាននៅក្នុងផែនទីទេសចរណ៍រួចទៅហើយ និងមានសកម្មភាពល្អៗជាច្រើនដែលមានស្រាប់នៅទីនោះ ដូច្នេះគឺមានលក្ខណៈងាយស្រួលក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ និងអភិវឌ្ឍន៍បន្ថែមជាសៀគ្វីទេសចរណ៍ ដោយផ្សារភ្ជាប់គ្នារវាងប្រាសាទ និងសកម្មភាពទេសចរណ៍ចម្រុះ (សកម្មភាពទេសចរណ៍ជនបទ កសិ-ទេសចរណ៍ ម្ហូបអាហារ ការជិះកង់កម្សាន្ត និងសកម្មភាពកម្សាន្តផ្សេងទៀត), ២). ត្រូវពង្រឹងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស និងការពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍ក្នុងខ្សែចង្វាក់នៃសៀគ្វីទេសចរណ៍នីមួយៗផ្សារភ្ជាប់នឹងប្រាសាទបន្ទាយស្រី និង ៣). ដាក់ប្រាសាទបន្ទាយស្រីជាចំណុចស្នូលនៃការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍តំបន់បន្ទាយស្រី។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : លើកកម្ពស់គម្រោងភូមិធម្មជាតិ និងផ្សព្វផ្សាយរុនតាឯក**

គម្រោងរៀបចំអភិវឌ្ឍន៍ភូមិធម្មជាតិរុនតាឯក បានចាប់បដិសន្ធិឡើងក្នុងឆ្នាំ២០០៤ លើផ្ទៃដីទំហំ ១ ០១២ ហិចតា ស្ថិតក្រៅតំបន់ការពារប៉ែកខាងកើត ក្នុងឃុំរុនតាឯក ស្រុកបន្ទាយស្រីខេត្តសៀមរាប។ យោងលើអនុក្រឹត្យលេខ ៦៩.អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី១៩ ខែតុលា ឆ្នាំ២០០៤ ស្តីពី **"ការបង្កើតតំបន់អភិវឌ្ឍន៍រុនតាឯក"** គោលគំនិតនៃការឱ្យរៀបចំភូមិធម្មជាតិនេះមានដូចជា ១). កែលម្អលក្ខខណ្ឌជីវភាពឱ្យបានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ គឺផ្នែកសង្គម សេដ្ឋកិច្ច ព្រមទាំងវប្បធម៌, ២). បង្កលក្ខណៈឱ្យប្រជាពលរដ្ឋ អាចធ្វើការអភិវឌ្ឍជីវភាពរស់នៅបន្តិចម្តងៗ ដោយបញ្ចេញគំនិតថ្មីៗ និងសកម្មភាពថ្មីដែលសមស្របនឹងធម្មជាតិ បូករួមទាំងការកើនឡើងនៃកម្រិតជីវភាពផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមព្រមគ្នា, ៣). បង្កើនបរិស្ថានធម្មជាតិ ប្រកបដោយសកម្មភាពចម្រុះ ដែលពឹងផ្អែកលើលក្ខណៈសម្បត្តិធម្មជាតិ ដែលមាននៅលើទីតាំងថ្មីមានទឹក ព្រៃឈើ កសិកម្មគ្រប់បែបយ៉ាង, ៤). តម្រែតម្រង់សកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច ទៅរកការប្រើប្រាស់ធនធានធម្មជាតិ ដោយបង្កើតភោគផលកសិកម្មសុវត្ថិភាពសម្បូរបែប (ស្រូវ ដំណាំ បន្លែ ដើមឈើហូបផ្លែ ផលិតផលសាច់សត្វ...), បង្កើតសិប្បកម្ម ធ្វើអំពីធនធានព្រៃឈើដែលមាន (ឈើ ឫស្សី រពាក់ ស្លឹកត្នោត ស្លឹករំចេកផ្កា..., បង្កើតទេសចរណ៍ធម្មជាតិ ផ្អែកលើការប៉ិនប្រសប់របស់ប្រជាជន ផ្អែកវប្បធម៌ សិល្បៈ និងរៀបចំឱ្យមានការទស្សនាលំនៅឋានភូមិករក្នុងតំបន់រុនតាឯក ដោយថ្មើរជើង ឬជិះកង់ ជាដើម និង ៥). ពង្រឹងធនធានមនុស្សគ្រប់វិស័យ



7

តាមតម្រូវការជីវភាពអ្នកភូមិដូចជា ជួសជុលកង់ ម៉ូតូ វិទ្យុ ទូរទស្សន៍ ការផលិតរបស់របរប្រើប្រាស់ក្នុងផ្ទះ និងឧបករណ៍ដែលប្រើប្រាស់ប្រចាំថ្ងៃ ជាដើម។

ឈរលើគោលគំនិតខាងលើនេះ វិស័យទេសចរណ៍ ត្រូវបានទទួលស្គាល់ថា ជាមធ្យោបាយដ៏មានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការផ្តល់ប្រាក់ចំណូលបន្ថែមដល់គ្រួសារអ្នកស្រុក ចូលរួមដល់ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ សកម្មភាពទេសចរណ៍រៀបចំនៅតំបន់វនតាឯក ត្រូវផ្អែក លើលក្ខណៈពិសេសរបស់តំបន់វនតាឯកផ្ទាល់តែម្តង។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : សិក្សាលទ្ធភាពកែលម្អរង្វង់មូលភ្នំគូលែន (ស្រុកបន្ទាយស្រី) ឱ្យក្លាយជាតំបន់ប្រជុំជនទេសចរណ៍**

រង្វង់មូលភ្នំគូលែន ស្ថិតនៅក្នុងឃុំត្បែង ស្រុកបន្ទាយស្រី ខេត្តសៀមរាប ជាកន្លែងប្រសព្វជា **៤ទិស** ដែលរួមមាន : **១).** ផ្លូវចេញពីផ្លូវលេខ៦៧ ផ្សារបន្ទាយស្រី, **២).** ផ្លូវលេខ៦៦ ឆ្ពោះទៅកាន់ស្រុកអន្លង់វែង ខេត្តឧត្តរមានជ័យ, **៣).** ផ្លូវលេខ៦៦ ឆ្ពោះទៅកាន់ផ្លូវជាតិលេខ៦ ស្រុកប្រាសាទបាគង និង **៤).** ផ្លូវឆ្ពោះទៅកាន់ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន។ ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន រង្វង់មូលនេះមានទំហំកំរង្វង់ធំពេក រហូតដល់១៨៥ម៉ែត្រ ហើយជាតំបន់ស្រែចម្ការស្ងប់ស្ងាត់ ដែលទីតាំងនេះអាចមានអំណោយផលក្នុងអភិវឌ្ឍរៀបចំជាតំបន់ទីប្រជុំជនទេសចរណ៍ភ្ជាប់ជាមួយតំបន់ទេសចរណ៍សំខាន់ៗក្នុងខេត្តសៀមរាប ដូចជាឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន ទីតាំងទេសចរណ៍សំខាន់ៗក្នុងស្រុកបន្ទាយស្រី និងក្រុងសៀមរាប។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤ : លើកកម្ពស់គុណភាព និងផ្សព្វផ្សាយកញ្ចប់សេវាកម្មទេសចរណ៍នៅតំបន់បន្ទាយស្រី**

តំបន់បន្ទាយស្រីមានសក្តានុពលខ្ពស់ ដែលអាចផ្តល់ជម្រើសផ្សេងៗសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ។ បច្ចុប្បន្នមានប្រភេទនៃកម្មវិធីទស្សនាចរចំនួន ៤ ដូចជា **១).** កញ្ចប់សេវាកម្មទេសចរណ៍ទីមួយគឺ បេះដូងនៃស្រុកបន្ទាយស្រី, **២).** កញ្ចប់សេវាកម្មទេសចរណ៍ទីពីរគឺ ការរស់នៅតំបន់បន្ទាយស្រី, **៣).** កញ្ចប់សេវាកម្មទេសចរណ៍ទីបីគឺ ធម្មជាតិតំបន់បន្ទាយស្រី និង **៤).** កញ្ចប់សេវាកម្មទេសចរណ៍បួនគឺ ការសិក្សាស្វែងយល់អំពីតំបន់បន្ទាយស្រី។

ដើម្បីលើកកម្ពស់ និងជំរុញកម្មវិធីទស្សនាចរនេះឱ្យបានជោគជ័យចាំបាច់ត្រូវគិតគូរបន្ថែមលើ **ការរៀបចំហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រ** ចាំបាច់តាមរយៈការរៀបចំផ្លូវជិះកង់ និងតំបន់សម្រាប់អ្នកជិះកង់, រៀបចំស្លាកសញ្ញាប្រាប់ទិស ព្រមទាំង ពង្រឹងការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន **"ភាពស្អាត និងបៃតង"** ដោយពង្រឹងការគ្រប់គ្រងសំណល់ និងបំពាក់ធុងសំរាម, រៀបចំបង្គន់សាធារណៈឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់, រៀបចំសិក្ខាសាលា និងយុទ្ធនាការទាក់ទងនឹងបរិស្ថាន បង្កើត **"យុទ្ធនាការបន្ទាយស្រីស្អាត"**, ការផ្តល់ជំនួយបច្ចេកទេសលើការធ្វើកសិកម្មសរីរាង្គ**បង្កើតកសិដ្ឋានអប់រំ** ព្រមទាំង**ការអនុវត្តកសិកម្មល្អ** និង**បង្កើនការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍តំបន់បន្ទាយស្រី** ដោយត្រូវអភិវឌ្ឍម៉ាកទេសចរណ៍សម្រាប់តំបន់បន្ទាយស្រី តាមរយៈការបង្កើតរូបសញ្ញាជាក់លាក់បោះពុម្ពខិត្តបណ្ណផ្សព្វផ្សាយ បង្កើតគេហទំព័រ និងកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយតាមទូរស័ព្ទដៃ។

## ២.២- ការលើកស្ទួយតម្លៃធនធានធម្មជាតិ និងទាញយកផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចឱ្យបានជាអតិបរមាតាមរយៈវិស័យទេសចរណ៍

ដើម្បីទាញយកប្រយោជន៍ពីវិស័យទេសចរណ៍ដល់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន ក៏ដូចជាប្រជាពលរដ្ឋក្នុងតំបន់បន្ទាយស្រី តាមរយៈការផ្សារភ្ជាប់វិស័យទេសចរណ៍ទៅនឹងផលិតផលកសិកម្ម និងសិប្បកម្ម ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ជំរុញ និងលើកកម្ពស់ខ្សែក្រវាត់បៃតងក្នុងតំបន់បន្ទាយស្រី**

ការអភិវឌ្ឍតំបន់បន្ទាយស្រី ត្រូវគិតគូរដល់ការអភិវឌ្ឍផលិតផលកសិកម្មបម្រើឱ្យការផ្គត់ផ្គង់ដល់សណ្ឋាគារ និងភោជនីយដ្ឋាននៅខេត្តសៀមរាប ពិសេសផលិតផលកសិកម្មសរីរាង្គក្នុងស្រុក។ ដើម្បីបង្កើតឱកាសផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលកសិកម្មក្នុងស្រុកដល់សណ្ឋាគារ និងភោជនីយដ្ឋាននៅខេត្តសៀមរាប ក៏មានការបង្កើតគម្រោង **"ខ្សែក្រវាត់បៃតង"**។ កម្មវិធីខ្សែក្រវាត់បៃតង បានផ្តល់ការគាំទ្រដល់កសិករក្នុងតំបន់ ហើយកសិករអាចបង្កើនផលិតភាពល្អប្រសើរជាងមុន ទទួលបានជំនួយបច្ចេកទេសកសិកម្មឱ្យចេះប្រើប្រាស់ជីកំប៉ុស ដើម្បីទទួលបានដីមានជីជាតិ និងកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ថ្នាំសម្លាប់សត្វល្អិត និងបច្ចេកទេសដាំដុះ។ល។

ដើម្បីបង្កើនអន្តរសកម្មរវាងទេសចរណ៍ និងកសិកម្ម ចាំបាច់ត្រូវរៀបចំឱ្យមានកិច្ចសហការភាពជាដៃគូ ដែលអនុញ្ញាតឱ្យសហគមន៍មូលដ្ឋានអាចផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលកសិកម្មដល់ភោជនីយដ្ឋាន និងសណ្ឋាគារ តាមបរិមាណ គុណភាព និងតម្លៃ ដោយមានការព្រមព្រៀងគ្នាជាមុន និងគោរពតាមរដូវកាលទេសចរណ៍ផងដែរ។ ផលិតផលដែលផ្គត់ផ្គង់បែបនេះ គួរមានការបញ្ជាក់អត្តសញ្ញាណ គឺ **"ប្រភពដើមត្រូវបានត្រួតពិនិត្យ"** និងគោរពតាមគោលការណ៍ផលិតផលកសិកម្មល្អ។

**សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : លើកកម្ពស់ និងអភិវឌ្ឍន៍ឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិតក្នុងតំបន់បន្ទាយស្រី**

ការអភិវឌ្ឍឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិតនៅក្នុងតំបន់បន្ទាយស្រី សំដៅជំរុញ និងលើកកម្ពស់សិប្បកម្ម ក៏ដូចជាលើកកម្ពស់ទេសចរណ៍ម្ហូបអាហារ : **១).** ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ម្ហូបអាហារ អាចបង្កើនប្រាក់ចំណូលដែលគាំទ្រដល់ជីវភាពយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព នៅពេលផលិតកម្មកើនឡើងជាពិសេសនៅពេលដែលមានការទទួលស្គាល់ពីគុណភាព និង **២).** ដំណើរទស្សនកិច្ចភូមិសិប្បកម្ម : ក្នុងដំណើរទស្សនកិច្ចភូមិសិប្បកម្ម ភ្ញៀវទេសចរអាចរីករាយទស្សនាការបង្ហាញផលិតផលសិប្បកម្មចូលរួមក្នុងសកម្មភាពផលិត និងទិញផលិតផលទុកជាអនុស្សាវរីយ៍។ ក្រៅពីនេះផលិតផលសិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ និងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិតនៅទីនេះអាចផ្គត់ផ្គង់ក្នុងទីផ្សារក្នុងក្រុងសៀមរាប និងគោលដៅទេសចរណ៍នានាផ្សេងទៀតផងដែរ។

ដូច្នេះ ដើម្បីជំរុញ និងលើកកម្ពស់ឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត (ពិសេសសិប្បកម្ម និងម្ហូបអាហារ) ឱ្យមានភាពទាក់ទាញឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការទីផ្សារទេសចរណ៍ចាំបាច់ត្រូវមានមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាល និងពង្រឹងជំនាញវិជ្ជាជីវៈប្រភេទនេះស្ថិតក្នុងភូមិសិប្បកម្មនេះតែម្តង និងត្រូវមានស្លាកសញ្ញាបញ្ជាក់គុណភាពនៃផលិតផលសិប្បកម្មតំបន់បន្ទាយស្រី។ រីឯការលើកកម្ពស់ម្ហូបអាហារខ្មែរត្រូវអនុវត្តតាមវិធានការលើកកម្ពស់វិស័យទេសចរណ៍ម្ហូបអាហាររបស់ក្រសួងទេសចរណ៍។

## ២.៣- យន្តការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់បន្ទាយស្រី

ដើម្បីគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់បន្ទាយស្រី ផែនការមេកំណត់ឱ្យបង្កើត **"អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍"** ដែលនឹងក្លាយជាអ្នកអភិវឌ្ឍ និងគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់បន្ទាយស្រី។ **អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍**ដោយឡែកនេះ ស្ថិតក្រោមទម្រង់ចម្រុះ ភាពជាដៃគូ រដ្ឋ-ឯកជន ឬភាពជាដៃគូ រដ្ឋ-សហគមន៍-ឯកជន-ដៃគូអភិវឌ្ឍ។

រាល់ទំនាក់ទំនងរវាងវិនិយោគិន ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ តំបន់បន្ទាយស្រីត្រូវមាន**កិច្ចសន្យា និងសៀវភៅបន្ទុកច្បាស់លាស់** អមជាមួយការបែងចែកផលប្រយោជន៍ប្រកបដោយសមធម៌។

## ៣- តំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ

រមណីយដ្ឋានអង្គរដែលស្ថិតនៅក្នុងខេត្តសៀមរាប ជាបុរាណដ្ឋានដ៏មានសារៈសំខាន់នៃប្រទេសកម្ពុជា ក៏ដូចជាអាស៊ីអាគ្នេយ៍ផងដែរ។ លាតសន្ធឹងលើផ្ទៃដី ៤០១គីឡូម៉ែត្រក្រឡា រមណីយដ្ឋានបេតិកភណ្ឌពិភពលោកអង្គរ ប្រមូលផ្តុំទៅដោយប្រាង្គប្រាសាទតូចធំជាច្រើន រចនាសម្ព័ន្ធធារាសាស្ត្រ (បារាយណ៍ អាងស្តុកទឹក ប្រឡាយ) ប្លង់នគរូបនីយកម្មនៃទីក្រុងបុរាណ ក៏ដូចជាផ្លូវគមនាគមន៍បុរាណច្រើនខ្វាត់ខ្វែង រួមទាំងទេសភាពវប្បធម៌ដ៏សែនមនោរម្យ ដែលទាំងនេះគូសបង្ហាញយ៉ាងច្បាស់អំពីវប្បធម៌ដ៏ខ្លាំងក្លា និងវិសេសវិសាលមួយនៅលើពិភពលោក។ អស់រយៈពេលជាច្រើនសតវត្ស អង្គរដើរតួនាទីជាស្នូលនៃអរិយធម៌ខ្មែរ។ ជាឧទាហរណ៍ ប្រាសាទអង្គរវត្ត បាយ័ន ព្រះខ័ន និងតាព្រហ្ម ជាគំរូជាក់ស្តែងនៃស្ថាបត្យកម្មខ្មែរដ៏ល្អឯក ដែលត្រូវបានសាងសង់ឡើងដោយបានគិតគូរ លើបរិបទភូមិសាស្ត្រ ព្រមទាំងអត្ថន័យ និងនិមិត្តរូបក្នុងសាសនា។ ជាមួយនឹងស្នាដៃគ្មានពីរនេះ អង្គរត្រូវបានទទួលស្គាល់ជារមណីយដ្ឋានពោរពេញទៅដោយតម្លៃវប្បធម៌ សាសនា និងនិមិត្តរូប ក៏ដូចជាសារៈសំខាន់ខាងផ្នែកស្ថាបត្យកម្ម បុរាណវិទ្យា និងសិល្បៈផងដែរ។

ឧទ្យានអង្គរក៏ត្រូវបានគេស្គាល់ថាជារមណីយដ្ឋានរស់ ដោយហេតុថាប្រជាជននៅទីនេះ ដែលខ្លះជាកូនចៅជំនាន់ក្រោយដែលមានបុព្វបុរសរស់នៅតាំងពីសម័យអង្គរមកម្ល៉េះ បន្តប្រតិបត្តិវប្បធម៌ សាសនា ព្រមទាំងសកម្មភាពកសិកម្ម ជាពិសេសការដាំដុះដំណាំស្រូវ។

រមណីយដ្ឋានអង្គរត្រូវបានបញ្ចូលក្នុងបញ្ជីបេតិកភណ្ឌពិភពលោករបស់អង្គការយូណេស្កូ ក្នុងឆ្នាំ១៩៩២ ដោយផ្អែកលើគុណតម្លៃលេចធ្លោជាសកលទាំងបួនដូចជា **លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យទី១ :** អង្គរតំណាងឱ្យសិល្បៈខ្មែរទាំងមូល ពីសតវត្សទី៩ដល់សតវត្សទី១៤ និងរួមបញ្ចូលទាំងស្នាដៃសិល្បៈល្អឯកដែលមិនអាចបដិសេធបានជាច្រើនទៀត(ឧ. អង្គរវត្ត បាយ័ន បន្ទាយស្រី), **លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យទី២ :** ឥទ្ធិពលសិល្បៈខ្មែរ ដែលបានវិវត្តរីកចម្រើនខ្លាំងនៅអង្គរ គឺជាស្នាដៃសិល្បៈដ៏អស្ចារ្យដែលបានជះឥទ្ធិពលលើតំបន់ជាច្រើននៅអាស៊ីអាគ្នេយ៍ និងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការវិវត្តដាច់ដោយឡែករបស់ខ្លួន, **លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យទី៣ :** វិសាលភាពចក្រភពខ្មែរនៅសតវត្សទី៩-១៤ បានគ្របដណ្តប់ស្ទើរពាសពេញតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ និងបានដើរតួនាទីអភិវឌ្ឍនយោបាយ និងវប្បធម៌នៅក្នុងតំបន់ ដោយបន្សល់ទុកនូវបេតិកភណ្ឌដ៏ស្តុកស្តម្ភនៃរចនាសម្ព័ន្ធវប្បធម៌របស់ខ្លួន ដែលកសាងពីឥដ្ឋ និងថ្ម, **លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យទី៤ :** ស្ថាបត្យកម្មខ្មែរភាគច្រើនបានវិវត្តមកពីឧបទ្វីបឥណ្ឌា ដែលបន្តិចក្រោយមកបានធ្វើឱ្យមានលក្ខណៈប្លែកគ្នាយ៉ាងច្បាស់ នៅពេលដែលស្ថាបត្យកម្មខ្មែរបានវិវត្តរីកចម្រើនលក្ខណៈពិសេសផ្ទាល់របស់ខ្លួន។ ស្ថាបត្យកម្មមួយចំនួន វិវត្តដាច់ដោយឡែក ហើយស្ថាបត្យកម្មផ្សេងទៀតបានទទួលឥទ្ធិពលពីប្រពៃណី វប្បធម៌ប្រទេសជិតខាង។ ជាលទ្ធផលគឺមានដែនវិសាលភាពសិល្បៈថ្មីមួយ នៅក្នុងសិល្បៈ និងស្ថាបត្យកម្មបូព៌ាប្រទេស។

ការដាក់ចេញនូវសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់អង្គរ ត្រូវគិតគូរអំពីផលប៉ះពាល់បេតិកភណ្ឌឱ្យបានហ្មត់ចត់ស្របតាម**ក្របខ័ណ្ឌគ្រប់គ្រងបេតិកភណ្ឌ** ច្បាប់ជាតិ និងអន្តរជាតិ ដោយត្រូវការពារគុណតម្លៃរបស់តំបន់អង្គរ ដូចមានចែងក្នុងព្រះរាជក្រឹត្យលេខ ០០១ ន.ស ចុះថ្ងៃទី៨ ខែឧសភា ឆ្នាំ១៩៩៤ ស្តីពីការកំណត់ និងចាត់ចែងគ្រប់គ្រងតំបន់សៀមរាបអង្គរ ទៅតាមកម្រិតការពារចំនួន ៥ រួមមាន **តំបន់១** រមណីយដ្ឋានមានប្រាសាទ, **តំបន់២** ឧទ្យានបុរាណវត្ថុ ត្រូវការពារ, **តំបន់៣** ទេសភាពវប្បធម៌ ត្រូវការពារ, **តំបន់៤** ចំណុចមានសារៈសំខាន់ ផ្នែកបុរាណវត្ថុ នវិទ្យា ឬប្រវត្តិសាស្ត្រ និង **តំបន់៥** បរិវេណអភិវឌ្ឍសង្គមសេដ្ឋកិច្ច និងវប្បធម៌ នៃតំបន់សៀមរាប-អង្គរ។

ផែនការសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍អង្គរត្រូវបានដាក់ចេញដោយគោរពតាម ទាំងគោលនយោបាយ និងក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ជាតិ និងអន្តរជាតិ ព្រមទាំងស្របតាមបទដ្ឋានគតិយុត្តសំខាន់ៗដូចជា ព្រះរាជក្រឹត្យ, អនុក្រឹត្យ, យុទ្ធសាស្ត្រជាតិ, គុណតម្លៃលេចធ្លោជាសកលរបស់អង្គរ (OUV), ការគ្រប់គ្រង និង/ឬផែនការអភិវឌ្ឍដែលមានស្រាប់ពីមុន និងអនុសាសន៍របស់អាយស៊ីស៊ី-អង្គរ។

ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅតំបន់អង្គរ មានគោលបំណងដើម្បី ធានាបទពិសោធន៍ទស្សនៈវិជ្ជមាន, កាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានមកលើរមណីយដ្ឋាន, ផ្តល់ឱកាសដល់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងតំបន់, ពង្រឹងភាពជាដៃគូជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធ និងពន្យារការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវទេសចរ។

**តារាង ២.៣ : ការវិភាគ ចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យ នៅតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ**

| ចំណុចខ្លាំង | ចំណុចខ្សោយ |
|---|---|
| **១).** សៀមរាបមាន រមណីយដ្ឋានអង្គរដ៏ល្បីល្បាញដែលបានចុះក្នុងបញ្ជីបេតិកភណ្ឌពិភពលោកក្នុងឆ្នាំ១៩៩២មានសក្តានុពលវប្បធម៌ និងធម្មជាតិ មានទីតាំងកម្សាន្តរួមមានទីក្រុង ទន្លេសាប ភ្នំគូលែន។<br>**២).** ជាមណ្ឌលវប្បធម៌ សាសនា ពោរពេញទៅដោយបេតិកភណ្ឌរូបី និងអរូបី។<br>**៣).** អង្គរជាបេតិកភណ្ឌពិភពលោកធំជាងគេដែលមានមនុស្សរស់នៅ (៤០១គីឡូម៉ែត្រក្រឡា) មានភូមិចំនួន១១៣ ប្រាសាទចំនួន៩១ដែលអាចទស្សនាបាន ព្រមទាំងមានប្រព័ន្ធទឹក (បារាយណ៍ អាងស្តុកទឹក បឹង...) សត្វនិងរុក្ខជាតិ។<br>**៤).** អាជ្ញាធរជាតិអប្សរា ជាស្ថាប័នជាតិតែមួយគត់នៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ ដែលទទួលបន្ទុកគ្រប់គ្រង អភិរក្ស និងអភិវឌ្ឍរមណីយដ្ឋាន។<br>**៥).** មានគណៈកម្មាធិការអន្តរជាតិ (អាយ ស៊ី ស៊ី អង្គរ) មានអ្នកជំនាញ និងក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ទាំងថ្នាក់ជាតិនិងអន្តរជាតិ។<br>**៦).** ជារមណីយដ្ឋានដែលមានផែនការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍច្បាស់លាស់ ក្រមប្រតិបត្តិអង្គរ និងមានភ្នាក់ងារនៅតាមប្រាសាទ។<br>**៧).** ភាពល្បីល្បាញនៃគោលដៅទេសចរណ៍ និងបេតិកភណ្ឌរូបីដែលជាកត្តាជំរុញការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងបង្កើនកំណើន ផ.ស.ស.។ | **១).** ការគ្រប់គ្រងវិហារ<br>- ទិន្នន័យអំពីភ្ញៀវទេសចរមិនមានលក្ខណៈប្រមូលផ្តុំ និងច្បាស់លាស់<br>- មិនទាន់មានការលក់សំបុត្រតាមអនឡាញ ដើម្បីជាជំនួយដល់ការគ្រប់គ្រងវិហារ ប្រមូលទិន្នន័យជាក់លាក់ពីភ្ញៀវ ពេលទស្សនា និងផ្តល់ជម្រើសសៀគ្វីទស្សនា<br>- ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនិងបរិការទេសចរណ៍មិនទាន់ឆ្លើយតបបានទាំងស្រុង<br>- ចំនួនភ្ញៀវទេសចរប្រែប្រួលខ្លាំងតាមរដូវកាលទេសចរណ៍<br>- ផលិតផលទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់ មិនទាន់ត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយឱ្យបានទូលំទូលាយ មិនសូវសម្បូរបែប និងឆ្លើយតបតាមតម្រូវការទីផ្សារផ្សេងៗនៅឡើយ។<br>**២).** បរិស្ថាន<br>- អ្នកលក់ដូរ ការកកស្ទះនិងរៀបចំចរាចរណ៍ ការបំពុលបរិស្ថាន កង្វះខាតផ្នែកគ្រប់គ្រងកាកសំណល់ រឹង-រាវ ដែលធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ សម្ពាធមកលើធនធានធម្មជាតិ។<br>**៣).** អភិបាលកិច្ច<br>- កិច្ចសហការនិងពិគ្រោះយោបល់ជាមួយនឹងផ្នែកពាក់ព័ន្ធនៅមានកម្រិត<br>- ការផ្សព្វផ្សាយ អប់រំនិងលើកតម្លៃបេតិកភណ្ឌមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់<br>- ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍<br>- សេដ្ឋកិច្ចពឹងផ្អែកខ្លាំងលើវិស័យទេសចរណ៍ អត្ថប្រយោជន៍ពីវិស័យទេសចរណ៍សម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងតំបន់នៅមានកម្រិត។ |

| ភាពងាយរងគ្រោះ | ការគំរាមកំហែង |
|---|---|
| ១). ការចូលរួមពីវិស័យឯកជនដើម្បីធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ដោយផ្អែកលើបេតិកភណ្ឌរូបីនិងអរូបីដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរនិងពន្យារការស្នាក់នៅ។ | ១). លំបាកក្នុងការពង្រឹងការអនុវត្តច្បាប់ (ពិសេសសំណង់ក្នុងតំបន់ការពារ)។ |
| ២). មានគោលនយោបាយ និងយុទ្ធសាស្ត្រជាតិដើម្បីអភិវឌ្ឍសៀមរាបជាគោលដៅទេសចរណ៍វប្បធម៌និងធម្មជាតិ។ | ២). គោលដៅទេសចរណ៍តែមួយ មានអ្នកពាក់ព័ន្ធច្រើន ប៉ុន្តែខ្វះខាតការទំនាក់ទំនងនិងកិច្ចសហការ។ |
| ៣). មានគណៈកម្មការអន្តរក្រសួងសម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប។ | ៣). របទាបចសំណង់មិនទាន់មានលក្ខណៈស៊ីសង្វាក់គ្នាដែលប៉ះពាល់ដល់សោភ័ណភាពក្រុង។ |
| ៤). សៀមរាប-អង្គរ ជាគោលដៅទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរដែលមានការទទួលស្គាល់ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ។ | ៤). ការគិតដល់ប្រយោជន៍រួមនៅមានកម្រិត។ |
| | ៥). ការយល់ដឹងអំពីការគ្រប់គ្រងបេតិកភណ្ឌនៅមានកម្រិត។ |

*(ប្រភព: អាជ្ញាធរជាតិអប្សរា)*

ផ្អែកតាមការវិភាគពីស្ថានភាពទេសចរណ៍នាពេលបច្ចុប្បន្នតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់ រួមទាំងកិច្ចពិភាក្សាចែករំលែកជាមួយផ្អែកពាក់ព័ន្ធ **យុទ្ធសាស្ត្រចំនួន ៣** ត្រូវបានលើកឡើង ដូចខាងក្រោម÷

### ៣.១- ការគ្រប់គ្រងលំហូរភ្ញៀវក្នុងតំបន់អង្គរ

ដើម្បីបញ្ចៀសការកកស្ទះនៅក្នុង និងជុំវិញប្រាសាទ កាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ពីការទស្សនា លើកតម្លៃរមណីយដ្ឋាន និងគ្រប់គ្រងភ្ញៀវទេសចរ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ពង្រឹងការស្វែងយល់ពីព័ត៌មានភ្ញៀវទេសចរ** តាមរយៈការប្រមូលផ្តុំទិន្នន័យអំពីភ្ញៀវជាតិ និងអន្តរជាតិ ដោយប្រើប្រាស់យន្តការអង្កេតសាធារណៈជាប្រចាំ ដើម្បីចងក្រងព័ត៌មានអំពីភ្ញៀវទេសចរតែមួយ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : រៀបចំហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងបរិក្ខារសម្រួលដល់ការទស្សនាឱ្យបានល្អប្រសើរឡើង** តាមរយៈ ១). ការរៀបចំផែនការមេ និងសៀវភៅបន្ទុក ដើម្បីកំណត់និងអនុវត្តសាងសង់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទ្រទ្រង់ចាំបាច់ (មណ្ឌលព័ត៌មាន ស្លាកសញ្ញា កន្លែងសម្រាក បង្គន់អនាម័យ...) និង ២). ការរៀបចំបរិក្ខារបន្ថែមចាំបាច់ដោយផ្អែកទៅលើការសិក្សា និងអនុវត្តស្មៀគីក្នុងតំបន់អង្គរ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : សិក្សាប្រភេទសំបុត្រ និងសមត្ថភាពផ្ទុកនៅរមណីយដ្ឋាន** តាមរយៈ ១). ការសិក្សាពីប្រភេទសំបុត្រសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ ក៏ដូចសំបុត្រអនឡាញ ដើម្បីសម្រួលដល់ការគ្រប់គ្រងប្រមូលទិន្នន័យ ពន្យារការស្នាក់នៅ ជំរុញការទស្សនាប្រាសាទតូចៗ និងកាត់បន្ថយរដូវកាលទេសចរណ៍ និង ២). ការកំណត់ចំនួនភ្ញៀវ ឬម៉ោងទស្សនាប្រាសាទនៅពេលកកស្ទះ ដោយផ្អែកលើការសិក្សាពីសមត្ថភាពផ្ទុករបស់ប្រាសាទ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤ : ផ្សព្វផ្សាយ និងលើកតម្លៃរមណីយដ្ឋាន :** តាមរយៈ ១). ការសហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ និងឯកជនដើម្បីសិក្សារៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ (សាសនា វប្បធម៌ កីឡា...) ដោយមានសៀវភៅបន្ទុកច្បាស់លាស់ និង ២). ការជំរុញការផ្សព្វផ្សាយពីសកម្មភាពទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់ និងកន្លែងទស្សនានៅ

តំបន់សៀមរាប អង្គរ ដោយមានការចូលរួមពីអ្នកជំនាញទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ និងមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយនានា (បច្ចេកវិទ្យា E-Marketing)។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៥ : ពង្រឹងសណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ** តាមរយៈការគ្រប់គ្រងអ្នកលក់ដូរ និងការប្រើប្រាស់ចំណតដោយគោរពតាមសៀវភៅបន្ទុកនៃការសាងសង់ គ្រប់គ្រង និងប្រើប្រាស់។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៦ : ជំរុញឱ្យមានកម្មវិធីដែលផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងតំបន់** តាមរយៈ ១). គាំទ្រសកម្មភាពបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ (កសិកម្ម សិប្បកម្ម) ដោយរៀបចំឱ្យមានស្តង់ដា និងគុណភាព និង ២). បណ្តុះបណ្តាលជំនាញ (កសិកម្ម សិប្បកម្ម ទេសចរណ៍) និងជំរុញឱ្យមានការទស្សនាសកម្មភាពនៅក្នុងភូមិ។

### ៣.២- ការការពារបរិស្ថានក្នុងតំបន់អង្គរ

ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ ថែរក្សាធនធានសម្រាប់មនុស្សជំនាន់ក្រោយ និងធានាបាននូវកិច្ចការពារយថាភាពនៃរមណីយដ្ឋានវប្បធម៌ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម៖

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : អនុវត្តគោលនយោបាយការពារបរិស្ថាន :** តាមរយៈ ១). ពង្រឹងការអនុវត្តវិធានការពារបរិស្ថានដែលមានស្រាប់, ២). យុទ្ធនាការអប់រំផ្សព្វផ្សាយពីការការពារបរិស្ថាន និង ៣). សិក្សាពីមធ្យោបាយគ្រប់គ្រងកាកសំណល់ ការកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ប្លាស្ទិក និងជំរុញសកម្មភាពកសិកម្មសរីរាង្គ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ជំរុញការប្រើប្រាស់មធ្យោបាយធ្វើដំណើរដែលមិនបំពុលបរិស្ថាន / Shuttle/ មធ្យោបាយធ្វើដំណើរសាធារណៈ :** តាមរយៈ ១). សិក្សាពីផែនការមេសម្រាប់គ្រប់គ្រងចរាចរណ៍ និងមធ្យោបាយធ្វើដំណើរ និង ២). សិក្សាហាមឃាត់មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ (រថយន្ត២៤ កៅអី ឡើង) ធ្វើចរាចរណ៍ក្នុងរមណីយដ្ឋាន។

### ៣.៣- ការពង្រឹងអភិបាលកិច្ចតំបន់អង្គរ

ដើម្បីពង្រីកការគ្រប់គ្រង និងគុណភាពសេវាកម្មជូនភ្ញៀវទេសចរឱ្យបានប្រសើរឡើង ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម៖

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : អភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្ស៖** តាមរយៈការរៀបចំកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់បុគ្គលិកអាជ្ញាធរជាតិអប្សរា បុគ្គលិកផ្តល់សេវាកម្មទេសចរណ៍ សហគមន៍ និងយុវជន។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ពង្រឹងភាពជាដៃគូតាមរយៈការពិភាក្សា និងអនុវត្តការងាររួមគ្នា៖** តាមរយៈ ១). ពង្រឹងយន្តការពិភាក្សាជាមួយផ្នែកពាក់ព័ន្ធ ទាំងរដ្ឋ និងឯកជន ដើម្បីជំរុញកិច្ចសហការឱ្យបានរលូន និង ២). ធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពផែនការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍សម្រាប់តំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ។

ខាងលើនេះគ្រាន់តែជាសកម្មភាពគោលៗ ប៉ុណ្ណោះនៃផែនការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់អង្គរ ដោយផែនការលម្អិតនឹងត្រូវបរិយាយក្នុង **"ផែនការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍តំបន់អង្គរ ២០២១-២០៣៥"** ដែលរៀបចំឡើងដោយអាជ្ញាធរជាតិអប្សរា។

## ៤- តំបន់ក្រុងសៀមរាប : ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌប្រវត្តិសាស្ត្រ

យថាភាព និងបូរណភាព នៃរមណីយដ្ឋានអង្គរ គឺមានទំនាក់ទំនងយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយនឹងក្រុងសៀមរាបដែលជាបេះដូងនៃខេត្តសៀមរាប និងកន្លែងប្រមូលផ្តុំសកម្មភាពទេសចរណ៍។ ដូច្នេះ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ត្រូវ

គោរពតាមលក្ខខណ្ឌការពារគុណតម្លៃជាក្រុងបេតិកភណ្ឌប្រវត្តិសាស្ត្រ គោរពតាមប្លង់គោលប្រើប្រាស់ដីក្រុងសៀមរាប ចក្ខុវិស័យឆ្នាំ២០៣៥។

ដើម្បីសម្រេចបានគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាពលំដាប់ពិភពលោក និងផ្តល់ជាការចងចាំល្អដល់ភ្ញៀវទេសចរ ក្រុងសៀមរាបនឹងដើរតួនាទីស្នូលក្នុងការពង្រឹង និងបង្កើនភាពទាក់ទាញ និងការចងចាំសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ ហើយផែនការមេដាក់ចេញនូវវិធានការយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីលើកកម្ពស់តំបន់នេះឱ្យក្លាយជា **"គោលដៅទេសចរណ៍ក្រុងបេតិកភណ្ឌប្រវត្តិសាស្ត្រកម្រិតខ្ពស់"**។ ត្រង់ចំណុចនេះការអភិវឌ្ឍក្រុងសៀមរាបចាំបាច់ត្រូវលើកកម្ពស់ទិដ្ឋភាពទេសភាពក្រុង បរិស្ថាន និងសណ្តាប់ធ្នាប់ក្នុងក្រុងទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញនេះឱ្យស័ក្តិសមជាគោលដៅក្រុងទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌ ដែលមានការគ្រប់គ្រង ដោយបច្ចេកវិទ្យាឆ្លាត។

យោងតាមការអង្កេត ភាគច្រើននៃភ្ញៀវទេសចរមកទស្សនាខេត្តសៀមរាប បានទស្សនាប្រាសាទអង្គរវត្ត **(ចំនួន៩៣%)** និងដើរកម្សាន្តពេលរាត្រីនៅតាមផាប់ស្ទ្រីត **(ចំនួន៤៣%)** និងដើរកម្សាន្តទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ **(ចំនួន៤២%)** និងទស្សនាបឹងទន្លេសាប (**ចំនួន៤១%**)។ នេះឆ្លុះបញ្ចាំងឱ្យឃើញពី សារៈសំខាន់នៃក្រុងសៀមរាបសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប។

**តារាង ២.៤ : ការវិភាគចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យ តំបន់ទេសចរណ៍ក្រុងសៀមរាប**

| ចំណុចខ្លាំង | ចំណុចខ្សោយ |
|---|---|
| ១). ជាក្រុងទេសចរណ៍ផ្សារភ្ជាប់នឹងតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌពិភពលោក (អង្គរ)។<br>២). ជាក្រុងទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌប្រវត្តិសាស្ត្រ។<br>៣). មានស្ទឹងសៀមរាបប្រកបដោយភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍ខ្ពស់។<br>៤). មានការតភ្ជាប់ទាំងផ្លូវគោក ផ្លូវអាកាស និងផ្លូវទឹក។<br>៥). មានសេវាកម្មចម្រុះ បម្រើឱ្យភ្ញៀវទេសចរ។<br>៦). ទីក្រុងមានការទទួលស្គាល់ជាគោលដៅកម្រិតតំបន់ ដោយអន្តរជាតិ។ | ១). ការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង/រាវ នៅមានកម្រិត។<br>២). ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវក្នុងក្រុងនៅមិនទាន់ល្អប្រសើរ ហើយផ្លូវថ្មើរជើង និងផ្លូវជិះកង់មិនសូវមាន។<br>៣). ការបំពុលដោយសំឡេងពីមណ្ឌលកម្សាន្តទេសចរណ៍មនុស្សពេញវ័យក្នុងក្រុង។<br>៤). ស្ទឹងសៀមរាប មិនទាន់មានការរៀបចំឱ្យមានភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍។<br>៥). តំបន់បៃតងនៅមិនទាន់មានគ្រប់គ្រាន់។<br>៦). មិនទាន់មានតំបន់ថ្មើរជើងទេសចរណ៍។<br>៧). សណ្តាប់ធ្នាប់ និងបញ្ហាកកស្ទះចរាចរណ៍ក្នុងក្រុង ពិសេសនៅពេលមានបុណ្យធំៗ។<br>៨). បង្គន់អនាម័យសាធារណៈនៅមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់។<br>៩). សេវាកម្មម្ហូបអាហារ ពិសេសភោជនីយដ្ឋានកម្រិតខ្ពស់ (ឧ. ម្ហូបចិន កូរ៉េ ជប៉ុន និងអ៊ីរ៉ុប) មិនទាន់សម្បូរបែប។<br>១០). ហាងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍មិនទាន់គ្រប់គ្រងដោយប្តូកចត់។<br>១១). ចំណតរថយន្ត មិនទាន់គ្រប់គ្រងបានល្អនៅឡើយ។ |
| **កាលានុវត្តភាព** | **ហានិភ័យ** |
| ១). ក្រុងសៀមរាបជាអាទិភាពសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍជាទីក្រុងទេសចរណ៍។<br>២). បេតិកភណ្ឌទីក្រុងនឹងបង្កើនភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍។<br>៣). ក្រុងសៀមរាបជាច្រកចូល សម្រាប់ខេត្តសៀមរាប។ | ១). កំណើនភ្ញៀវទេសចរអាចនាំមកនូវផលប៉ះពាល់បរិស្ថាន និងការបំពុលខ្យល់ប្រសិនគ្មានការគ្រប់គ្រងល្អពិតៗ។<br>២). របកគារវិជ្ជមានមួយចំនួន អាចប៉ះពាល់ដល់ការសម្រេចចិត្តរបស់ទេសចរក្នុងការមកទស្សនានៅខេត្តសៀមរាប។ |

| | |
|---|---|
| ៤). ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបនឹងប្រែក្លាយក្រុងសៀមរាបជាក្រុងទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញ។ | ៣). និរន្តរភាព និងសម្ពាធនៃការអភិវឌ្ឍ (ប្រសិនបើមិនមានការគ្រប់គ្រងហ្មត់ចត់ និងការធ្វើពិពិធកម្មច្បាស់លាស់)។ |

*(ប្រភព : គណៈកម្មការអន្តរក្រសួង)*

ដើម្បីសម្រេចបាននូវទស្សនវិស័យនៃទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបនៅឆ្នាំ២០៣៥ ផែនការមេដាក់ចេញនូវការអភិវឌ្ឍសេវាកម្មទេសចរណ៍ក្នុងក្រុងសៀមរាបឱ្យកាន់តែសម្បូរបែបថែមទៀត និងត្រូវតែជាការអភិវឌ្ឍដែលមានការគិតគូរលើគុណភាព ភាពស្អាត បៃតង សណ្តាប់ធ្នាប់ របៀបរៀបរយ និងឆ្លាត។

ក្រុងសៀមរាបស្ថិតក្នុងចំណុចប្រសព្វទ្រទ្រង់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប ដែលមិនត្រឹមតែជាច្រកចូលដ៏សំខាន់សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរមកទស្សនាខេត្តសៀមរាបប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែក៏ជាកន្លែងទាក់ទាញទេសចរណ៍ដ៏សំខាន់ ដែលបច្ចុប្បន្នប្រមូលផ្តុំនូវគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ដូចជា **១).** មជ្ឈមណ្ឌលសេវាកម្មទេសចរណ៍ចម្រុះ (ស្នាក់នៅ ហូបចុក កម្សាន្ត ទិញទំនិញ ។ល។), **២).** កន្លែងកម្សាន្តតាមស្ទឹងសៀមរាប, **៣).** តំបន់ទេសចរណ៍ផាប់ស្ទ្រីត និង **៤).** សារមន្ទីរ ផ្សារចាស់ ។ល។

ទន្ទឹមនេះ ក្រុងសៀមរាបមានផលិតផលសក្តានុពលសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍បន្ថែម ដូចជា **១).** វត្តអារាម វត្តទេសចរណ៍ (ទេសចរណ៍សាសនា), **២).** ការបង្កើតភូមិម្ហូបអាហារ, **៣).** ការកសាងទីក្រុងបៃតង និងទីក្រុងឆ្លាត **៤).** បង្កើនតំបន់ថ្មើរជើង និង **៥).** កែលម្អស្ទឹងសៀមរាប និងសួនច្បារ។ល។

ក្រុងសៀមរាប គឺជាចំណុចស្នូលនៃការប្រមូលផ្តុំទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ដោយធ្វើការតភ្ជាប់ជាមួយតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពៗនានា នៅក្នុងខេត្ត។ បច្ចុប្បន្ន ក្រុងសៀមរាបមានចម្ងាយពីបឹងទន្លេសាប និងប្រាសាទអង្គរវត្តប្រមាណ ១០គីឡូម៉ែត្រ ដូចនេះអាចបង្កើតជាខ្សែទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍សំខាន់មួយ តភ្ជាប់រវាងក្រុង និងតំបន់ទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ដើម្បីសម្រួលដល់ការធ្វើដំណើររបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ ពីគោលដៅមួយទៅគោលដៅមួយទៀត ដោយគួរសិក្សារៀបចំបង្កើតកញ្ចប់ផលិតផលទេសចរណ៍រួមថ្មីមួយហៅថា **"បណ្តាទេសចរណ៍សៀមរាប"**។

ការអភិវឌ្ឍក្រុងសៀមរាប ក្លាយជាទីក្រុងទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញលំដាប់អន្តរជាតិត្រូវបានឆ្លុះបញ្ចាំងដោយទស្សនិករណ៍ **"០៣"** គឺ **ទី១** តម្រូវការអប្បបរមាសម្រាប់ក្រុងទេសចរណ៍ ដែលមានការប្រកួតប្រជែងលក្ខណៈអន្តរជាតិ គឺត្រូវតែជាក្រុងដែលមានបរិស្ថានស្អាតនៅតាមទីកន្លែងសាធារណៈ ដូចជា ផ្លូវថ្នល់ និងស្ទឹងសៀមរាបជាដើម អមជាមួយការផ្តល់នូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទេសចរណ៍ចម្រុះប្រកបដោយគុណភាព, **ទី២** ក្រុងគួរតែមាននិរន្តរភាពលើមូលដ្ឋានបរិស្ថានធម្មជាតិ ជាពិសេសត្រូវមានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសំណល់ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និង **ទី៣** ការពង្រឹងអនាម័យល្អរបស់ប្រជាជននៅមូលដ្ឋាន សំដៅធានាជាសុភភាពសម្រាប់ភ្ញៀវ និងសម្រាប់ខ្លួនផ្ទាល់។

រាជរដ្ឋាភិបាលដាក់ចេញគោលដៅ កាត់បន្ថយបន្ទុកបរិស្ថាន ក្នុងអំឡុងពេល **១៥ឆ្នាំ** ខាងមុខ តាមរយៈការរៀបចំ**ប្រព័ន្ធថ្មីគ្រប់គ្រងបរិស្ថានក្នុងក្រុង និងខេត្តសៀមរាប** លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងរបស់ប្រជាជន និងការអនុវត្តច្បាប់ឱ្យបានតឹងរ៉ឹង។

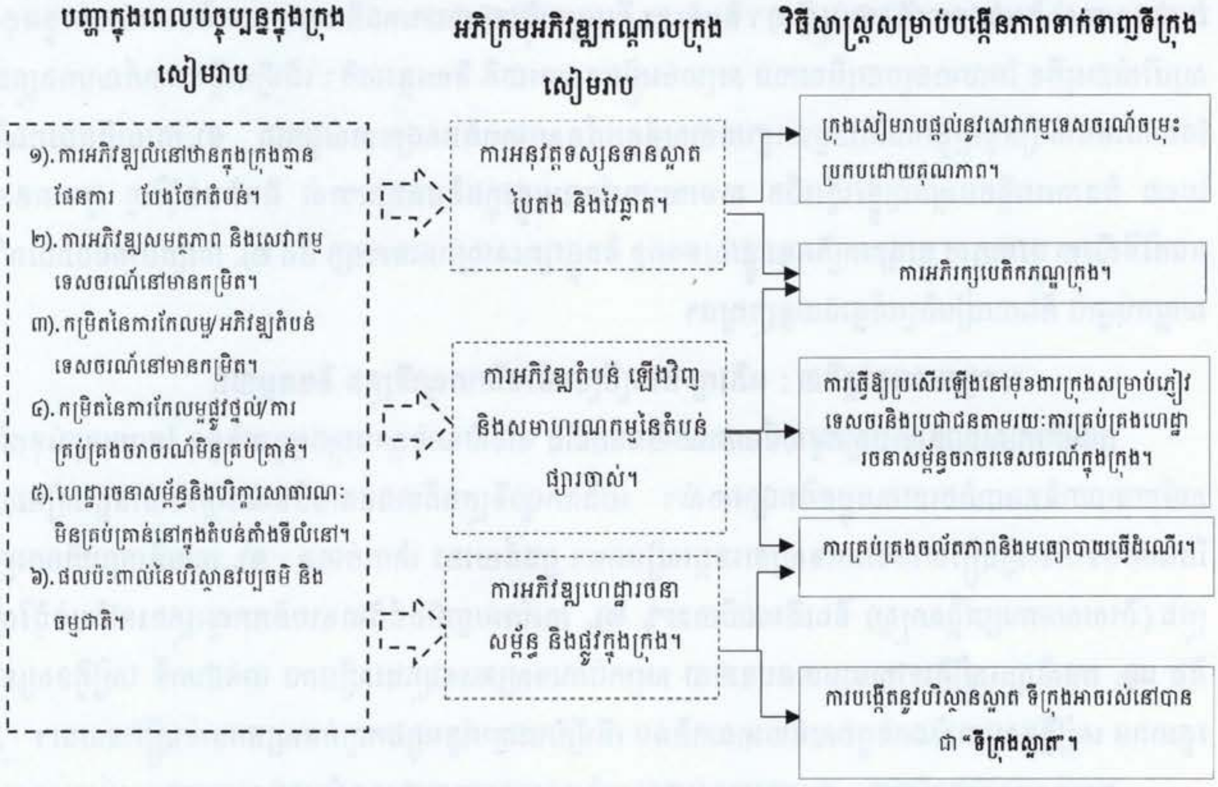
ជារួម ការអភិវឌ្ឍក្រុងសៀមរាបជាទីក្រុងទេសចរណ៍ ត្រូវផ្តោតលើ**អភិក្រមពីរ**គឺ **អភិក្រមទី១** យន្តការស្ថាប័នអនុវត្តត្រូវមានភាពប្រាកដប្រជា តម្លាភាព និងរឹងមាំសម្រាប់នគរូបនីយកម្មក្រុង និង **អភិក្រមទី២** ការធ្វើឱ្យក្រុងកាន់តែមានការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាពផ្នែកបរិស្ថាន គឺត្រូវតែជា **"ទីក្រុងស្អាត"**។

ដូច្នេះ ផែនការមេដាក់ចេញនូវ**យុទ្ធសាស្ត្រ ចំនួន៣** ដើម្បីពង្រឹងការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ក្នុងក្រុងសៀមរាប មានដូចខាងក្រោម÷

## ៤.១- ការបង្កើនភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍តំបន់កណ្ដាលក្រុងសៀមរាប

សក្ដានុពលផ្នែកទេសចរណ៍**ក្នុងតំបន់កណ្ដាលក្រុងសៀមរាប** ពិតជាមានសារៈសំខាន់បំផុតសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ដែលទាមទារឱ្យមានការកែលម្អឱ្យកាន់តែមានភាពទាក់ទាញ និងផ្ដល់ភាពពេញចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរ តាមរយៈការកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងសម្បទាទេសចរណ៍ឱ្យមានគុណភាព និងគ្រប់គ្រាន់។

**ការបង្ហាញពីវិធីសាស្ត្រលម្អិតសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ ឬកែលម្អតំបន់កណ្ដាលក្រុងសៀមរាប**




ដើម្បីសម្រេចគោលដៅកែលម្អតំបន់កណ្ដាលក្រុងសៀមរាប ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ផ្ដល់នូវសេវាកម្មទេសចរណ៍ចម្រុះ ប្រកបដោយគុណភាព**

តំបន់កណ្ដាលក្រុងសៀមរាប ចាំបាច់ត្រូវកសាង និងអភិវឌ្ឍឱ្យក្លាយជាមជ្ឈមណ្ឌលសេវាកម្មទេសចរណ៍ចម្រុះប្រកបដោយគុណភាពដែលគួរមានការគិតគូរលើ **៣ចំណុចដូចជា ១). ក្រុងសៀមរាបជាមជ្ឈមណ្ឌលស្នាក់នៅ÷** ត្រូវពង្រឹងការអនុវត្តប្រព័ន្ធចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារ និងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ ស្តង់ដាបៃតងក្នុងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ ទាំងស្តង់ដាកម្រិតតំបន់ និងកម្ពុជា ដើម្បីពង្រឹងគុណភាព និងធានានិរន្តរភាព, **២). ក្រុងសៀមរាបជាមជ្ឈមណ្ឌលម្ហូបអាហារ÷** ត្រូវលើកកម្ពស់វិស័យទេសចរណ៍ម្ហូបអាហារខ្មែរ អាហារចិន ជប៉ុន កូរ៉េ អឺរ៉ុប ឥស្លាម និងបង្កើតជាសេវាកម្មម្ហូបអាហារចម្រុះដែលមានគុណភាព និងមានអនាម័យល្អ ព្រមទាំងជំរុញទាក់ទាញភោជនីយដ្ឋានថ្មីៗល្បីៗ កម្រិតផ្កាយ៤ និងផ្កាយ៥ បម្រើឱ្យទីផ្សារទេសចរណ៍អាទិភាព។ បន្ថែមលើនេះ ក្រុងសៀមរាបនឹងរៀបចំឱ្យបានវិថីម្ហូបអាហារ យ៉ាងតិច**០២កន្លែង** ឱ្យស្របតាមស្តង់ដាវិថីម្ហូបអាហារកម្ពុជា និងត្រូវមានភូមិម្ហូបអាហារ មួយកន្លែងដែលអាចស្ថិតនៅក្នុងតំបន់បុរីទេសចរណ៍វប្បធម៌ អមជាមួយការរៀបចំឱ្យមានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសមស្រប ដែលអាចទទួលស្វាគមន៍ទាំងភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ ស្របតាមពាក្យស្លោក **"ទីក្រុងស្អាត : ទីក្រុងដែលមានវិថីម្ហូបអាហារស្អាត"** និង **៣). ក្រុងសៀមរាបជាមជ្ឈមណ្ឌលទេសចរណ៍ម៉ាយ និងការដើរទិញទំនិញ :** បង្កើតមជ្ឈមណ្ឌល

ពាណិជ្ជកម្មកម្រិតអន្តរជាតិជាដើម។ ទន្ទឹមនេះ **ផ្សារចាស់គួរធ្វើឱ្យស្របតាមស្តង់ដា "ផ្សារទេសចរណ៍ស្អាត"** ដោយត្រូវកែលម្អ និងពង្រីកប្រភេទទំនិញ ប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ និងច្នៃប្រឌិតដើម្បីក្លាយជាផ្សារទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញមួយ រួមទាំងពង្រឹងគុណភាពសិប្បកម្ម ផលិតផលវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ក្នុងស្រុក។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ពង្រឹង និងលើកកម្ពស់ភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍តំបន់ផ្សារចាស់**

ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញនៃទេសចរណ៍ទីក្រុង ចាំបាច់ត្រូវពង្រឹងការគ្រប់គ្រង និងបង្កើនភាពទាក់ទាញតំបន់ផ្សារចាស់ តំបន់ផ្សាររាត្រី (ជាប់ស្ទឹង)។ តំបន់នេះ គឺប្រមូលផ្តុំទៅដោយភោជនីយដ្ឋាន បារ និងហាងលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ជាច្រើន ដែលមានប្រជាប្រិយភាព សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ។ ដើម្បីបង្កើនសោភ័ណភាពក្រុង ផែនការមេដាក់ឱ្យអនុវត្តនូវការកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបរិស្ថានសម្រាប់តំបន់ផ្សារចាស់ដូចជា **១).** ការបង្កើតដួរពណ៌បៃតង និងការបង្កើតបណ្តាញផ្លូវថ្មើរជើង តាមរយៈការកែលម្អផ្លូវក្នុងតំបន់ផ្សារចាស់ និងតំបន់ជុំវិញ (រួមមាន÷ មហាវិថីស៊ីវុត្ថា ផ្លូវតាភុល ផ្លូវផ្សាររាត្រីអង្គរ ផ្លូវសុខសាន្ត និងផ្លូវព្រះសង្ឃរាជទេពវង្ស) និង **២).** ការគ្រប់គ្រងចរាចរណ៍សណ្តាប់ធ្នាប់ និងការរៀបចំប្រព័ន្ធរថយន្តក្រុងរួម។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : អភិរក្ស និងប្រើប្រាស់បេតិកភណ្ឌទីក្រុង និងធម្មជាតិ**

**ការអភិរក្សសំណង់ស្ថាបត្យកម្មសម័យអាណានិគមបារាំង** មានសំណង់ស្ថាបត្យកម្មមួយចំនួន ដែលបន្សល់ទុកពីសម័យអាណានិគមបារាំងនៅតាមប្លុកជិតផ្សារចាស់។ បេតិកភណ្ឌទីក្រុងគឺជាធនធានដ៏មានតម្លៃរបស់ខេត្តសៀមរាប ដែលអាចទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរមកទស្សនាខេត្តសៀមរាប។ ក្នុងន័យនេះ ចាំបាច់មាន : **១).** ការអភិរក្សបេតិកភណ្ឌក្រុង (ពិសេសអគារប្រវត្តិសាស្ត្រ) និងដើមឈើចាស់ៗ, **២).** ការកែលម្អផ្ទាំងព័ត៌មានបេតិកភណ្ឌក្រុងនៅតំបន់ជុំវិញ និង **៣).** ការសិក្សាស្មៀគ្រីទៅតាមប្រធានបទនានា សម្រាប់ការទស្សនានៅក្រុងសៀមរាប មានជាអាទិ៍ សៀគ្វីទស្សនាវត្តអារាម សៀគ្វីទស្សនាសំណង់ក្នុងសម័យអាណានិគម ដើម្បីបំពេញបន្ថែមក្នុងកញ្ចប់ទស្សនារបស់ភ្ញៀវទេសចរ។

គួរកត់សម្គាល់ផងដែរថា តាមការស្រាវជ្រាវមួយចំនួនបានបង្ហាញថាមានសំណង់ស្ថាបត្យកម្មសម័យអាណានិគមបារាំងនៅក្បែរផ្សារចាស់ ហើយដែលមានតម្លៃជាប្រវត្តិសាស្ត្រត្រូវអភិរក្ស។ ត្រង់ចំណុចនេះ គឺទាមទារចាំបាច់ឱ្យមានការស្រាវជ្រាវបន្ថែមទៅលើរចនាបថ និងតម្លៃប្រវត្តិសាស្ត្រនៃសំណង់អគារចាស់ៗទាំងនេះ ដើម្បីបានជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ការអភិរក្ស និងលើកតម្លៃបេតិកភណ្ឌប្រវត្តិសាស្ត្រទីក្រុង។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤ : ធ្វើឱ្យដងស្ទឹងសៀមរាបក្លាយជាស្ទឹងទេសចរណ៍ប្រណិត**

ស្ទឹងសៀមរាប ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាស្ទឹងប្រវត្តិសាស្ត្រមួយដ៏សំខាន់សម្រាប់ខេត្តសៀមរាប។ ស្ទឹងនេះជាកន្លែងដែលល្អបំផុតក្នុងការបង្កើតប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីទេសចរណ៍ សម្រាប់បម្រើដល់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ ដែលមកទស្សនានៅខេត្តសៀមរាប។ ស្ទឹងសៀមរាប (ផ្នែកកណ្តាល) មានទីតាំងជាប់នឹងតំបន់ផ្សារចាស់ និងជាប់ស្ទឹង ហើយភ្ញៀវទេសចរបានទស្សនាកន្លែងនេះយ៉ាងហោចណាស់ក៏ម្តងដែរ ក្នុងអំឡុងពេលដែលពួកគេមកលេងកម្សាន្តខេត្តសៀមរាប។ ប៉ុន្តែការគ្រប់គ្រង និងការរៀបចំស្ទឹងសៀមរាបដើម្បីឱ្យក្លាយជាទីកន្លែងសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ គឺនៅមានបញ្ហាប្រឈមនៅឡើយ ជាពិសេសពាក់ពន្ធ័នឹងផ្នែកបរិស្ថាន រីឯភាពទាក់ទាញនៃស្ទឹងសៀមរាបមិនទាន់ខ្លាំងក្លានៅឡើយទេ។ ក្នុងន័យនេះ **ការរៀបចំកែលម្អស្ទឹងសៀមរាប** ឱ្យក្លាយជាផលិតផលទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញមួយត្រូវគោរពតាមគោលការណ៍ "**អភិរក្សដើម្បីអភិវឌ្ឍ អភិវឌ្ឍដើម្បីអភិរក្ស**"។ ការកែលម្អជាទូទៅនៃស្ទឹងសៀមរាប ត្រូវផ្តោតលើកិច្ចការសំខាន់ចំនួន ៤ គឺ **១). ការកែលម្អសោភណភាព និងការគ្រប់គ្រងបរិស្ថានដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ,**

**២). ការកែលម្អផ្លូវអមសងខាងស្ទឹង និងច្រាំងស្ទឹង (ផ្នែកកណ្ដាល)** ជាមួយគ្នានេះ ត្រូវបង្កើតយន្តការត្រួតពិនិត្យ និងការដាក់ចេញនូវប្រព័ន្ធប្រព្រឹត្តកម្មសំណល់រាវពីលំនៅឋាន ក្រុមហ៊ុន ផលិតកម្ម អាជីវកម្ម សេវាកម្ម ដែលនៅអមសងខាងនៃស្ទឹង, **៣). បង្កើតសកម្មភាពកម្សាន្តកីឡា និងទេសចរណ៍សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ** និង **៤). ការសាងសង់ស្ពានថ្មើរជើងឆ្លង** (បំពាក់សម្បទាទ្រទ្រង់ដល់ទេសចរណ៍ ឬកំពង់ផែទូកតូចៗ)។

សក្ដានុពលទេសចរណ៍នៃស្ទឹងសៀមរាប គួរតែត្រូវបានរៀបចំគិតគូរបង្កើតឱ្យមានសកម្មភាពទេសចរណ៍ ដើម្បីប្រែក្លាយជា "**ស្ទឹងទេសចរណ៍ប្រណិត និងបៃតង**" ក្នុងនោះ អាចមានសកម្មភាពទេសចរណ៍បែបស្វែងយល់កម្សាន្ត និងមើលទេសភាព, សកម្មភាពទេសចរណ៍បែបកម្សាន្ត និងកីឡា, សកម្មភាពទេសចរណ៍បែបផ្សងព្រេង, ព្រឹត្តិការណ៍កីឡាលើស្ទឹងសៀមរាប ដើម្បីអភិវឌ្ឍស្ទឹងសៀមរាបក្លាយជាស្ទឹងទេសចរណ៍ប្រណិត និងបៃតង ចាំបាច់ត្រូវមានការរៀបចំបន្ថែមដូចជា ការស្ដារស្ទឹងរសៀមរាប ការរៀបចំហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទ្រង់ទ្រាយស្រាលៗ ដែលមានការគិតគូរខ្ពស់លើផ្នែកបរិស្ថាន វប្បធម៌នៅតាមដងស្ទឹងជាដើម។ ដូច្នេះការកែលម្អដងស្ទឹងសៀមរាបត្រូវមានប្លង់មេស្ថាបត្យកម្មលម្អិតមួយដោយឡែក។

**សកម្មភាពអនុវត្តទី៥ : ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការគ្រប់គ្រង និងសមត្ថភាពរបស់ក្រុងសៀមរាប ឱ្យសក្តិសមជាជ័យលាភី "ទីក្រុងស្អាតកម្ពុជា" និងជា "ជ័យលាភីទីក្រុងទេសចរណ៍ស្អាតអាស៊ាន"** តាមរយៈ÷

**ទី១). ទីក្រុងដែលមានតំបន់បៃតងគ្រប់គ្រាន់ជា "ទីក្រុងដែលមានស្ទឹង និងទេសភាពបៃតង" ប្រកបដោយភាពទាក់ទាញខ្ពស់** ផែនការមេដាក់ឱ្យអនុវត្តនូវការកែលម្អសួនដែលមានស្រាប់ [2] ដោយត្រូវធ្វើការកែលម្អឱ្យមានភាពល្អស្អាត ស្របតាមបរិបទនៃទីក្រុងស្អាត ដោយត្រូវគិតគូរទាំងប្រភេទរុក្ខជាតិ ផ្កា ប្រព័ន្ធស្រោចទឹក, កន្លែងហាត់ប្រាណ, បង្គន់សាធារណ និងបញ្ជរព័ត៌មាន។ល។ និងរៀបចំបន្ថែមឧទ្យានបៃតងនៅក្នុងក្រុងសៀមរាប និងត្រូវអភិរក្សថែរក្សាដើមឈើចាស់ៗធំៗ នៅតាមដងផ្លូវ។

**ទី២). ទីក្រុងគ្មានការបំពុលដោយសំឡេងក្នុងក្រុងសៀមរាប** ដោយត្រូវពង្រឹងការគ្រប់គ្រងមណ្ឌលកម្សាន្តទេសចរណ៍មនុស្សពេញវ័យក្នុងតំបន់កណ្ដាលក្រុងសៀមរាប ផែនការមេដាក់ឱ្យអនុវត្តនូវការរៀបចំតំបន់ប្រមូលផ្ដុំ (Zoning) សម្រាប់មណ្ឌលកម្សាន្តទេសចរណ៍មនុស្សពេញវ័យ ស្ថិតនៅភូមិជ្រាវ សង្កាត់ជ្រាវ ក្រុងសៀមរាប ខេត្តសៀមរាប ដោយប្រសិទ្ធនាមថា "**បុរីកម្សាន្តខេត្តសៀមរាប**"។ តំបន់នេះអាចជាទីតាំងសម្រាប់ការប្រមូលផ្ដុំមណ្ឌលកម្សាន្តទេសចរណ៍មនុស្សពេញវ័យដែលមិនមានលក្ខណៈសម្បត្តិអនុលោមតាមស្មារតីនៃ "**អនុក្រឹត្យស្ដីពីការគ្រប់គ្រងមណ្ឌលកម្សាន្តទេសចរណ៍មនុស្សពេញវ័យ**"។ ដោយឡែក មណ្ឌលកម្សាន្តទេសចរណ៍មនុស្សពេញវ័យដែលនឹងបង្កើតថ្មីក៏គួរតែរៀបចំនៅក្នុងតំបន់ប្រមូលផ្ដុំនេះផងដែរ។

**ទី៣). ទីក្រុងដែលមានបំពាក់សម្បទាទេសចរណ៍ទ្រទ្រង់គ្រប់គ្រាន់ក្នុងក្រុងសៀមរាប : ១).** ត្រូវមាន**មជ្ឈមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍គ្រប់គ្រាន់** អមជាមួយការបំពាក់ប្រព័ន្ធការផ្ដល់ព័ត៌មានទេសចរណ៍សម្បូរបែប និងអាចជឿជាក់បាន, និង **២).** ត្រូវមាន**បង្គន់អនាម័យសាធារណៈគ្រប់គ្រាន់** ពិសេសនៅតាមរណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ និងគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗឱ្យស្របតាមស្ដង់ដា "**បង្គន់សាធារណៈកម្ពុជា និងអាស៊ាន**" ជាមួយគ្នានេះដែរត្រូវមានស្លាកសញ្ញា ប្រាប់ទិសសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ។

---

*[2] បច្ចុប្បន្ននៅក្នុងក្រុងសៀមរាបមានសួនច្បារ : ១. សួនព្រះរាជដំណាក់ទល់មុខ VICTORIA ANGKOR, ២. សួនព្រះអង្គចេកព្រះអង្គចម, ៣. សួន Inthanin សម្រាប់ការហាត់ប្រាណ។*

**ទី៤). ទីក្រុងមានប្រព័ន្ធចរាចរណ៍ និងសណ្តាប់ធ្នាប់ល្អ** : ផ្លូវក្នុងក្រុង និងទេសភាពតាមដងផ្លូវត្រូវឱ្យមានការរចនាដូចគ្នា ត្រូវមានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធល្អ បរិស្ថានល្អ និងអនាម័យល្អ។ រីឯ**ការពង្រឹងការគ្រប់គ្រងសណ្តាប់ធ្នាប់ក្នុងក្រុងសៀមរាប** ត្រូវមានការគិតគូរលើ : **១).**ការគ្រប់គ្រងចរាចរណ៍ជាមួយការគ្រប់គ្រងចល័តភាពបម្រើវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យមានគុណភាព និងមានស្តង់ដា ដោយត្រូវការគ្រប់គ្រងមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ក្នុងក្រុងសៀមរាប គឺត្រូវដាក់ចេញស្តង់ដាគុណភាពអប្បបរមាដោយគោរពក្រមប្រតិបត្តិវិជ្ជាជីវៈ និងត្រូវគោរពច្បាប់ចរាចរណ៍ផ្លូវគោកឱ្យបានខ្ជាប់ខ្ជួន, ពង្រឹងសកម្មភាពរបស់សមាគមសេវាធ្វើដំណើរក្នុងខេត្តសៀមរាប និងពង្រឹងការបណ្តុះបណ្តាល ផ្តល់បដិសណ្ឋារកិច្ចល្អរបស់អ្នកបើកបរ។ ផែនការមេលើកទឹកចិត្តឱ្យប្រើប្រាស់មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនសាធារណៈ ដូចជា ក្នុងរយៈពេលមធ្យម និងវែង រៀបចំជាសេវាដឹកជញ្ជូនឡានក្រុង (Hop-On-Hop-Off Bus) មានភាពងាយស្រួលក្នុងការធ្វើដំណើរជុំវិញក្រុងសៀមរាប និងធ្វើដំណើរទៅកន្លែងគោលដៅសំខាន់ៗ ក្នុងតម្លៃសមរម្យ អាចកាត់បន្ថយការកកស្ទះចរាចរណ៍ និងក្នុងរយៈពេលវែងលើកទឹកចិត្តឱ្យមានមធ្យោបាយរថភ្លើងក្នុងក្រុង និង **២). ការពង្រឹងចំណតរថយន្តទេសចរណ៍ក្នុងក្រុងសៀមរាប** ដើម្បីបម្រើឱ្យភ្ញៀវទេសចរ និងបង្កើនភាពងាយស្រួលធានាបាននូវសុវត្ថិភាព ចំណតទាំងអស់ក្នុងក្រុងត្រូវរៀបចំសណ្តាប់ធ្នាប់ ដោយត្រូវមានចំណតដាច់ដោយឡែកសម្រាប់រថយន្តក្រុងធុនធំ, ចំណតរថយន្តគ្រួសារ និងរ៉ឺម៉កកង់បី ព្រមទាំងត្រូវរៀបចំសម្ភារទ្រទ្រង់ចាំបាច់មួយចំនួនដូចជា សួនលម្អ គំនូសចំណត គំនូសចរាចរណ៍ចេញ-ចូល កន្លែងអង្គុយរង់ចាំ បន្ទប់ទឹកសាធារណៈ អាជីវកម្មលក់ដូរ។ ការរៀបចំកែលម្អចំណតនីមួយៗអាចនឹងមានសម្បទាបន្ថែមទៀតទៅតាមស្ថានភាព និងតម្រូវការជាក់ស្តែង។

### ៤.២- ការពង្រីកតំបន់ទ្រនាប់នៃក្រុងសៀមរាបបម្រើឱ្យកំណើននៃវិស័យទេសចរណ៍

ដើម្បីធ្វើឱ្យខេត្តសៀមរាបកាន់តែមានភាពទាក់ទាញទេសចរ គួរតែមានការគិតគូរធ្វើយ៉ាងណាកុំឱ្យក្រុងទទួលរងសម្ពាធពីការអភិវឌ្ឍក្នុងរយៈពេលមធ្យម និងវែង ពិសេសតំបន់កណ្តាលនៃក្រុងសៀមរាបតែម្តង។ ដូច្នេះ ក្រុងសៀមរាបចាំបាច់ត្រូវពង្រីកទៅកាន់តំបន់ទ្រនាប់បែបទំនើបមួយស្របតាមគោលការណ៍និរន្តរភាព និងអភិរក្សរបស់គណៈកម្មការអន្តរជាតិដើម្បីសម្របសម្រួលកិច្ចគាំពារ និងអភិវឌ្ឍន៍រមណីយដ្ឋានប្រវត្តិសាស្ត្រអង្គរ។

បច្ចុប្បន្ន ក្រុងសៀមរាបមានព្រំប្រទល់នៅប៉ែកខាងជើងជាមួយនឹងតំបន់ការពារអប្សរា ១ និង ២ ដែលជាតំបន់នគរូបនីយកម្មត្រូវបានរឹតបន្តឹងក្នុងលក្ខណៈសម្បត្តិជាតំបន់បេតិកភណ្ឌ និងមានព្រំប្រទល់ប៉ែកខាងលិចជាប់ជាមួយនឹងតំបន់មានសក្តានុពលកសិកម្ម ដែលទទួលបានការផ្គត់ផ្គង់ទឹកពីបារាយណ៍ខាងលិច។ ភាគខាងត្បូងនៃតំបន់ទីក្រុងគឺជាតំបន់ជនបទដែលតភ្ជាប់ទៅនឹងជម្រាលវាលស្មៅ ភ្នំក្រោម និងតំបន់ជន់លិចទឹកយូរអង្វែងដែលស្ថិតនៅជុំវិញបឹងទន្លេសាប។ ដូច្នេះ **ទិសដៅនៃការពង្រីកតំបន់ទ្រនាប់នេះនឹងឆ្ពោះទៅកាន់ "ទិសខាងកើត" តាមបណ្តោយផ្លូវ ៦០ ម៉ែត្រ** ដែលហៅថា "សៀមរាបខាងកើត"។

ដើម្បីប្រែក្លាយក្រុងសៀមរាបជា **"ទីក្រុងដែលរស់រវើកជាងគេនៅអាស៊ីអាគ្នេយ៍"** និងដើម្បីឆ្លើយតបនឹងចក្ខុវិស័យនៃកំណើនភ្ញៀវទេសចរឆ្ពោះទៅឆ្នាំ២០៣៥ ប្រកបដោយគុណភាព និរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ គម្រោងសៀមរាបខាងកើតត្រូវតែជាតំបន់ទេសចរណ៍បែបទំនើប ឆ្លាត និងបៃតង ស្របតាមទស្សនទាន **"អភិវឌ្ឍដើម្បីអភិរក្ស អភិរក្សដើម្បីអភិវឌ្ឍ"**។

ការពង្រីកតំបន់ទ្រនាប់នេះ នឹងចូលរួមគាំទ្រគោលនយោបាយពិពិធកម្មទេសចរណ៍ **(សៀមរាប : ក្រៅពីប្រាសាទ)** ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : បង្កើតសម្បទាទាក់ទាញទេសចរណ៍ម៉ាយ**

ផែនការមេ មានបំណងចង់ប្រែក្លាយខេត្តសៀមរាបឱ្យទៅជាជម្រើសគោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីមួយទៀតសម្រាប់ប្រភេទទេសចរណ៍ម៉ាយ និងទេសចរណ៍សម្រាកលំហែកម្សាន្ត។ ទន្ទឹមនេះ សៀមរាបខាងកើតគួរបង្កើតឡើងដោយផ្អែកលើ**គំនិតបៃតង** និង **"ការរស់នៅល្អប្រសើរជាងមុន"**។ សៀមរាបខាងកើត ត្រូវបង្កើតឱ្យមាននូវសកម្មភាពផ្អែករាងកាយ (ការកែសម្ផស្ស ការព្យាបាលជំងឺ...) តំបន់បៃតង ការទស្សនាកម្សាន្តនៅតាមសួនច្បារ និងសកម្មភាពកីឡានៅពេលថ្ងៃ ក៏ដូចជាការសម្តែងសកម្មភាពវប្បធម៌ និងបម្រើម្ហូបអាហារជាច្រើននៅពេលយប់។ ការផ្តោតសំខាន់លើសុខភាព/ ភាពបៃតងរបស់សៀមរាបខាងកើត អាចជាឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែងដល់ភាពទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ ដែលជាធម្មតាចំណាយពេលនៅក្នុងសាលសន្និសីទ និងចំណាយពេលទំនេរនៅក្នុងទីក្រុងដែលមានមនុស្សច្រើន។ តំបន់នេះត្រូវកំណត់ចក្ខុវិស័យមួយសម្រាប់អ្នកដែលមកញឹកញាប់ការចូលរួមសន្និសីទផ្សេងៗអាចជិះម៉ូតូ ឬជិះកង់ ហែលទឹក លេងវាយហ្គោលនៅក្នុងសហគមន៍នេះបាន។ គោលបំណងគឺដើម្បីផ្តល់នូវសកម្មភាពជាវិជ្ជមាន ប្រកបដោយសុខភាពល្អ (ស្របតាមការកំណត់មិនឱ្យមានល្បែងស៊ីសងប្រភេទកាស៊ីណូក្នុងខេត្តសៀមរាបនោះទេ)។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ពង្រីកផលិតផលទេសចរណ៍បន្ថែម-អង្គរផ្លាស់ (Angkor Plus)**

ក្រៅពីប្រភេទទេសចរណ៍ម៉ាយ សៀមរាបខាងកើតត្រូវពង្រីកឱ្យមានផលិតផលទេសចរណ៍ប្រភេទបែបកម្សាន្ត បម្រើឱ្យទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិ និងទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក។ ការពង្រីកផលិតផលទេសចរណ៍បែបនេះគឺដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិឱ្យបន្តស្នាក់នៅរយៈពេល១-២ថ្ងៃបន្ថែមទៀត និងលើកទឹកចិត្តឱ្យភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកមកទស្សនាច្រើនផង។ យុទ្ធសាស្ត្រ **"អង្គរផ្លាស់"** គឺការបន្ថែមដំណើរទស្សនកិច្ចក្រៅពីប្រាសាទដោយពន្យារពេលនៃការស្នាក់នៅនិងបង្កើនចំនួននៃការទស្សនារបស់ភ្ញៀវទេសចរឱ្យបានច្រើនផង។ សេវាកម្មទេសចរណ៍ថ្មីៗដ៏ទាក់ទាញ តាមការរំពឹងទុកអាចពន្យារការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ ឱ្យកើនដល់ ៣ ទៅ ៥ យប់ជាមធ្យម។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣: បង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលអប់រំ និងមន្ទីរពេទ្យកម្រិតអន្តរជាតិ**

ផែនការមេដាក់ខេត្តសៀមរាប ជាមជ្ឈមណ្ឌលអប់រំថ្មីមួយសម្រាប់បំពេញតម្រូវការផ្នែកអប់រំដែលមានគុណភាពខ្ពស់នៅក្នុងស្រុក និងមន្ទីរពេទ្យកម្រិតអន្តរជាតិក្នុងតំបន់ទ្រនាប់នេះ។ ផែនការមេកំណត់ឱ្យមានការលើកទឹកចិត្តផ្នែកដីធ្លី សម្រាប់បង្កើតសាកលវិទ្យាល័យអន្តរជាតិមួយ ឬច្រើន សាលាអន្តរជាតិមួយ ឬច្រើន ដើម្បីលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការបង្កើតឡើងនូវទីតាំងសិក្សាអប់រំ ហើយនៅទីនេះក៏គួរមានវិទ្យាស្ថានសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីកម្ពុជា សម្រាប់បម្រើដល់ប្រភេទទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍បែបស្រាវជ្រាវកម្រិតខ្ពស់ផងដែរ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤: បង្កើតឱ្យមានតំបន់ទេសចរណ៍ផ្ទះទីពីរ**

ផែនការមេកំណត់ឱ្យមានការអភិវឌ្ឍលំនៅឋាន និងតំបន់ពាណិជ្ជកម្មក្នុងរយៈពេលមធ្យម និងវែង។ លំនៅឋាន និងតំបន់ពាណិជ្ជកម្មអាចទទួលបានរហូតដល់ទៅ ៦៥% នៃផ្ទៃដី រំពឹងថានឹងទទួលបានប្រជាពលរដ្ឋរស់នៅ និងភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិប្រមាណ ៣-៤ម៉ឺននាក់ អាចរស់នៅទីនេះ ជាផ្ទះទីពីរ។ **សៀមរាបខាងកើត** គួរមានតំបន់**លំនៅឋាន** ដែលជាគម្រោងអភិវឌ្ឍចម្រុះផ្តល់ជូននូវជម្រើសលំនៅឋានសម្រាប់មនុស្សគ្រប់គ្នាដោយរួមបញ្ចូលទាំងគេហដ្ឋានសម្រាប់សម្រាកពេលចុងសប្តាហ៍ សម្រាប់ប្រជាជនមកពីភ្នំពេញ និងមកពីបណ្តាខេត្តផ្សេងៗទៀត បម្រើឱ្យភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក និងសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ ពិសេសភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់ (ទេសចរ

ផ្ទះទីពីរ)។ គម្រោងអភិវឌ្ឍន៍ក៏ត្រូវគិតគូរលំនៅឋានសម្រាប់ការរស់នៅដែលមានការគិតគូរសម្រាប់មនុស្សគ្រប់គ្នា (លំនៅឋានសម្រាប់ទាំងអស់គ្នា) ទាំងទំហំ និងភាពចម្រុះនៃលំនៅឋានទាមទារឱ្យមានគុណតម្លៃខ្ពស់។ ទន្ទឹមនេះ ត្រូវមានការរៀបចំសម្បទានទ្រទ្រង់ការប្រើប្រាស់ចម្រុះរវាងលំនៅឋាន និងតំបន់ពាណិជ្ជកម្ម ឬសកម្មភាពសាធារណៈផ្សេងៗ។ល។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៥ : គ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍ "សៀមរាបខាងកើត"**

ក្រោមការដឹកនាំ និងត្រួតពិនិត្យ របស់អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ការអភិវឌ្ឍ **"សៀមរាបខាងកើត"** នឹងប្រគល់ជូន**អ្នកអភិវឌ្ឍ** ដែលមានសមត្ថភាពគុណវឌ្ឍគ្រប់គ្រាន់។ ការអភិវឌ្ឍតំបន់ទ្រនាប់នេះ គួរដំណើរការក្រោមទម្រង់ភាពជាដៃគូ រដ្ឋ-ឯកជន។ អ្នកអភិវឌ្ឍតំបន់នេះ ត្រូវមានផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍សៀមរាបភាគខាងកើតលម្អិតមួយដែលត្រូវពិនិត្យ និងអនុម័តដោយរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។

## ៤.៣- យន្តការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ក្រុងសៀមរាប

ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅពង្រឹងឌីជីថលូបនីយកម្ម អភិបាលកិច្ចគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ក្រុងសៀមរាបត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទំនើបដើម្បីអភិវឌ្ឍសៀមរាបជា "ទីក្រុងឆ្លាត"**

យោងតាម **មជ្ឈមណ្ឌលកម្ពុជា ៤.០ "ទីក្រុងឆ្លាត"** សំដៅលើការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទំនើបក្នុងការគ្រប់គ្រងវិហ្វរចរាចរ ប្រព័ន្ធសន្តិសុខសុវត្ថិភាព ប្រព័ន្ធដឹកជញ្ជូន អភិបាលកិច្ច បរិស្ថាន ការរស់នៅឆ្លាត ជាដើម ពោលគឺការលើកកម្ពស់គុណភាពជីវិតប្រជាជនឱ្យកាន់តែមានមជ្ឈដ្ឋានរស់នៅល្អប្រសើរ និងមានសមត្ថភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យសង្គមនានា តាមរយៈបច្ចេកវិទ្យា និងប្រព័ន្ធឆ្លាត។ ការអភិវឌ្ឍក្រុងសៀមរាប ជាទីក្រុងឆ្លាត ត្រូវផ្តោតលើយុទ្ធសាស្ត្រសំខាន់ៗ ដូចជា **សេដ្ឋកិច្ចឆ្លាត, ការបម្លាស់ទីឆ្លាត, បរិស្ថានឆ្លាត, ការរស់នៅឆ្លាត, ប្រជាពលរដ្ឋឆ្លាត និង អភិបាលកិច្ចឆ្លាត។**

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ពង្រឹងអភិបាលកិច្ចគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ក្រុងសៀមរាប**

ដើម្បីគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ក្រុងសៀមរាប ផែនការមេកំណត់ឱ្យបង្កើត **"អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍"** ដែលនឹងក្លាយជាអ្នកអភិវឌ្ឍ និងគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ក្រុងសៀមរាប។ អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ដោយឡែកនេះ ស្ថិតក្រោមទម្រង់ចម្រុះ ភាពជាដៃគូ រដ្ឋ-ឯកជន ឬភាពជាដៃគូ រដ្ឋ-ឯកជន-សហគមន៍-ដៃគូអភិវឌ្ឍ។

រាល់ទំនាក់ទំនងរវាងវិនិយោគិន ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ តំបន់ក្រុងសៀមរាបត្រូវមានកិច្ចសន្យា និងសៀវភៅបន្ទុកច្បាស់លាស់ អមជាមួយការបែងចែកផលប្រយោជន៍ប្រកបដោយសមធម៌។

# ៥- តំបន់បឹងទន្លេសាប : ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងអេកូទេសចរណ៍

បឹងទន្លេសាប ជាបឹងមួយក្នុងចំណោមបឹងទឹកសាបដ៏ធំបំផុតនៅលើពិភពលោក ដែលនៅចម្ងាយប្រមាណ ៣០នាទី ភាគខាងត្បូងខេត្តសៀមរាប។ នៅតំបន់បឹងទន្លេសាប មានសេវាទូកដឹកភ្ញៀវទេសចរខ្នាតតូចដែលធ្វើសកម្មភាពដោយប្រជាពលរដ្ឋដែលរស់នៅក្នុងតំបន់ សម្រាប់ការទស្សនាភូមិនេសាទបណ្តែតទឹក។ ដំណើរកម្សាន្តតាមទូកទេសចរណ៍ គឺជាធនធានទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញបំផុតមួយនៅក្នុងខេត្តសៀមរាប។ ទន្លេសាបជា ថបនីយជីវ

មណ្ឌល ដែលចាំបាច់ត្រូវការពារនូវលក្ខណៈអេកូឡូស៊ី (សត្វ រុក្ខជាតិ និងជីវៈចម្រុះនៅតំបន់ស្ពូលស្ទឹងសែន និងតាមព្រៃលិចទឹក) ដោយត្រូវមានការសិក្សាលក្ខណៈពិសេសនៃតំបន់ សំដៅចូលរួមដល់កិច្ចអភិរក្សជីវៈចម្រុះនៅក្នុងបឹងទន្លេសាប។ តំបន់នេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងអេកូទេសចរណ៍។ បើគិតតាមទស្សនៈ **"អេកូទេសចរណ៍"** តំបន់នេះអាចមានមូលដ្ឋានអភិវឌ្ឍន៍ជា **"ភូមិទេសចរណ៍ធម្មជាតិ"** ដោយផ្តល់នូវកន្លែងស្នាក់នៅបែបប្រណិត ឬក៏អាចស្នាក់តាមផ្ទះប្រជាជន។ល។ សេវាកម្មស្នាក់នៅប្រភេទនេះគួរមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងសហគមន៍ទេសចរណ៍តំបន់កំពង់ភ្លុក កំពង់ឃ្លាំង ឬចុងឃ្នាសដែលអាចជួយដល់ប្រជាជនក្នុងតំបន់នោះឱ្យទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចដោយផ្ទាល់។

លើសពីនេះទៅទៀត អាចពង្រីកសកម្មភាពនៅជុំវិញភូមិដូចជា **ដំណើរកម្សាន្តជិះកង់ ជិះទូកលេង សកម្មភាពកសិ-ទេសចរណ៍ ការដាំដើមឈើ ការលក់ដូរផលិតផលសរីរាង្គ** ។ល។ បច្ចុប្បន្នក្នុងតំបន់ទន្លេសាបនេះមានភូមិ**ចំនួន ៥ គឺ ១.** ភូមិភ្នំក្រោម - កំពង់ផែទេសចរណ៍ - ភូមិចុងឃ្នាស, **២.** សហគមន៍ទេសចរណ៍បឹងពារាំង (ជ្រាវ), **៣.** ភូមិកំពង់ភ្លុក, **៤.** ភូមិកំពង់ឃ្លាំង និង**៥.** សហគមន៍មេជ្រៃ។

ដោយមានទាំងទីតាំងបែបធម្មជាតិដ៏ស្រស់ស្អាតគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ និងភូមិនេសាទសហគមន៍ដែលរស់នៅលើផ្ទៃទឹកបន្ថែមពីលើទេសភាពព្រៃភ្នំ និងបទពិសោធន៍រស់នៅតាមតំបន់ជនបទ ទន្លេសាបជាគោលដៅទេសចរណ៍ធម្មជាតិដ៏ទាក់ទាញមួយនៅក្នុងតំបន់។ ប៉ុន្តែ មានបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួនដែលត្រូវដោះស្រាយ ជាអាទិ៍ ការរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងសហគមន៍ភូមិនេសាទ, ការកែច្នៃទឹកសម្រាប់ប្រើដែលមិនប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាន, ការឱ្យតម្លៃលើទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងការគ្រប់គ្រងការប្រើប្រាស់ទឹកប្រកបដោយចីរភាព។ ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នរបស់ភូមិចុងឃ្នាសមានសភាពអន់ថយនៅឡើយ ដែលចាំបាច់បំផុតត្រូវស្តារឡើងវិញដើម្បីផ្តល់សេវាជូនភ្ញៀវទេសចរ។ ឈរលើមូលដ្ឋាននេះ ផែនការមេដាក់ឱ្យអនុវត្តនូវ ការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ ដោយត្រូវពង្រឹងគុណភាពផលិតផល និងសេវាទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់ និងត្រូវបង្កើតថ្មី ដើម្បីផ្តល់ជម្រើសបន្ថែមជូនភ្ញៀវទេសចរ។

ផែនការមេដាក់ចេញវិធានការ និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រសំដៅកែលម្អគុណភាពបរិស្ថាន និងទេសភាពនៃតំបន់បឹងទន្លេសាប ដើម្បីបង្កើនគុណតម្លៃទេសចរណ៍ ក្នុងគោលបំណងអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍បឹងទន្លេសាបជាគោលដៅទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងអេកូទេសចរណ៍កម្រិតខ្ពស់ ជាតំបន់ទាក់ទាញទេសចរណ៍បន្ថែមរបស់ខេត្តសៀមរាប។

យោងតាមការអង្កេត ទេសចរអន្តរជាតិមកកម្សាន្តនៅខេត្តសៀមរាបប្រមាណ **៤១% បានទៅទស្សនាតំបន់ទន្លេសាប**។ ចំណុចនេះសបញ្ជាក់ឱ្យឃើញថា យើងពិតជាមានតម្រូវការកែលម្អបន្ថែមទៀតនូវភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍របស់តំបន់បឹងទន្លេសាប។

**តារាង ២.៥ : ការវិភាគ ចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងហានិភ័យ (SWOT) តំបន់ទេសចរណ៍បឹងទន្លេសាប**

| ចំណុចខ្លាំង | ចំណុចខ្សោយ |
|---|---|
| **១).** ទន្លេសាបជា **ជីវមណ្ឌលឥតខ្ចោះ** ដែលចាំបាច់ត្រូវការពារនូវលក្ខណៈអេកូឡូស៊ី (សត្វ រុក្ខជាតិ ជីវៈចម្រុះ ព្រៃលិចទឹក) និងលក្ខណៈសេដ្ឋកិច្ច សង្គម (ប្រភពផ្តល់ត្រីទឹកសាបក្នុងចំណោមប្រភពផ្តល់ត្រីចំនួន៤ កន្លែង ដែលធំជាងគេនៅលើពិភពលោក)។ | **១).** ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីរបស់បឹងទន្លេសាប ងាយនឹងទទួលរងផលប៉ះពាល់ជាខ្លាំងក្នុងសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ដោយសារកត្តាមនុស្ស និងកត្តាធម្មជាតិ។<br>**២).** បញ្ហាសំរាម សំណល់រឹង (ប្លាស្ទិក) នៅក្នុងតំបន់ភ្នំក្រោម និងសហគមន៍ទេសចរណ៍នានាក្នុងតំបន់ទន្លេសាប។ |

| | |
|---|---|
| **២).** បឹងទន្លេសាបមានជីវៈចម្រុះយ៉ាងសម្បូរបែបដូចជា មច្ឆាជាតិ បក្សី សត្វល្មូន ថនិកសត្វ និងរុក្ខជាតិគ្រប់ប្រភេទដែលជាសម្បត្តិបេតិកភណ្ឌ។<br>**៣).** បឹងទន្លេសាបមានសហគមន៍ទេសចរណ៍ និងអេកូទេសចរណ៍ចំនួន ៥សហគមន៍។<br>**៤).** បឹងទន្លេសាបជាប្រព័ន្ធចលនាចរន្តទឹកជំនន់ដ៏អស្ចារ្យ ដែលមានទំនាក់ទំនងជិតស្និទ្ធ និងស្ថិតនៅក្រោមចំណុះទន្លេមេគង្គ។<br>**៥).** បឹងទន្លេសាបមានការទទួលស្គាល់ជាអន្តរជាតិ។ | **៣).** បញ្ហាសំណល់រាវដែលបញ្ចេញពីកាណូត ទូកទេសចរណ៍ និងផ្ទះបណ្តែតទឹក។<br>**៤).** យន្តការនៃការគ្រប់គ្រង និងការសម្របសម្រួលរវាងក្រសួង/ស្ថាប័ន វិស័យឯកជន និងសហគមន៍នៅមិនទាន់មានប្រសិទ្ធភាព និងស៊ីចង្វាក់គ្នានៅឡើយ។<br>**៥).** ការអភិវឌ្ឍសកម្មភាពកម្សាន្តទេសចរណ៍នៅមានកម្រិត។ |
| **កាលានុវត្តភាព** | **ហានិភ័យ** |
| **១).** ធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់ដើម្បីពន្យារការស្នាក់ក្នុងតំបន់បឹងទន្លេសាប។<br>**២).** ចំណាប់អារម្មណ៍របស់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិក្នុងការទៅទស្សនាតំបន់បឹងទន្លេសាប។<br>**៣).** លទ្ធភាពបង្កើតផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗបន្ថែម។<br>**៤).** រៀបចំកែលម្អកំពង់ផែទេសចរណ៍ទាំងអស់នៅក្នុងតំបន់បឹងទន្លេសាប (ពិសេសចុងឃ្នាស) ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញ។ | **១).** ធម្មជាតិ និងបរិស្ថានបឹងទន្លេសាបនឹងទទួលរងផលប៉ះពាល់បើសិនការអភិវឌ្ឍមិនបានត្រឹមត្រូវ និងហ្មត់ចត់។<br>**២).** ការធ្វើអាជីវកម្មហួសកម្រិតលើធនធានធម្មជាតិ និងជីវៈចម្រុះ។<br>**៣).** ការលបលួចប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ខុសច្បាប់ក្នុងដែននេសាទ និងតំបន់អភិរក្ស រួមទាំងការកាប់ទន្រ្ទានព្រៃលិចទឹក ដើម្បីពង្រីកដីកសិកម្ម ការប្រើជីគីមី ការបំពុលបរិស្ថានទឹក។<br>**៤).** បម្រែបម្រួលអាកាសធាតុអាចប៉ះពាល់ដល់ធនធានធម្មជាតិ និងសក្តានុពលរបស់បឹងទន្លេសាប។ |

*(ប្រភព : កែសម្រួលពីឯកសាររបស់អាជ្ញាធរទន្លេសាប)*

ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់បឹងទន្លេសាបផ្តោតលើការធ្វើសមាហរណកម្មរវាងគោលដៅទេសចរណ៍ធំៗ **ចំនួន ៥ ទីតាំង** រួមមាន ***សហគមន៍ទេសចរណ៍ចុងឃ្នាស (ស្ថិតនៅជិតភ្នំក្រោម), សហគមន៍អេកូទេសចរណ៍បឹងពារាំង (ជ្រាវ), សហគមន៍ទេសចរណ៍ធម្មជាតិកំពង់ភ្លុក, សហគមន៍អេកូទេសចរណ៍កំពង់ឃ្លាំង និងសហគមន៍ទេសចរណ៍ធម្មជាតិមេជ្រៃ***។

ដើម្បីចាប់យកកាលានុវត្តភាពនៃសក្តានុពលទេសចរណ៍ និងធម្មជាតិដ៏អស្ចារ្យរបស់បឹងទន្លេសាប ផែនការមេដាក់ឱ្យអនុវត្តជាជំហានដំបូងលើការកែលម្អតំបន់កំពង់ផែទេសចរណ៍ និងទូកទេសចរណ៍ ផ្ទះលើទឹករបស់ប្រជាពលរដ្ឋ និងការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ អមជាមួយការពង្រឹងសហគមន៍ទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់ នៅក្នុងតំបន់ទាំង ៥ ខាងលើ។

### ៥.១- ការពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្ម និងពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍តំបន់បឹងទន្លេសាប

ដើម្បីធានាបាននូវការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់បឹងទន្លេសាបប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ និងឱ្យកាន់តែមានភាពកាន់តែសម្បូរបែប ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរមកកាន់តែច្រើននិងស្នាក់នៅយូរ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់បឹងទន្លេសាប**

**ពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ :** ក្រៅពីការពង្រឹងសោភណភាព នៃផ្ទះបណ្តែតទឹកនៅក្នុងតំបន់ទន្លេសាប ការពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ឱ្យស្របតាមស្តង់ដាគុណភាព (ស្តង់ដាផ្ទះស្នាក់

កម្ពុជា) ដើម្បីធានាការផ្តល់នូវភាពពេញចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរ គឺជាការចាំបាច់បំផុត។ ស្តង់ដាផ្ទះស្នាក់កម្ពុជាដែលអនុម័តដោយក្រសួងទេសចរណ៍ គឺផ្តោតទៅលើផ្ទះស្នាក់សហគមន៍ ផ្ទះស្នាក់ជនបទ និងផ្ទះស្នាក់ទីក្រុង។ ដើម្បីពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍តំបន់ទន្លេសាប ត្រូវរៀបចំកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈ និងណែនាំអំពីការអនុវត្តឱ្យស្របតាមស្តង់ដា និងគួរបង្កើតឱ្យមានប្រព័ន្ធហិរញ្ញប្បទានកម្ចីសម្បទានដល់គម្រោងផ្ទះស្នាក់សហគមន៍នៅតំបន់ទន្លេសាបក្រោមគម្រោងឈ្មោះថា **"ទន្លេសាបផ្ទះខ្ញុំ"**។

**ពង្រឹងសេវាកម្មម្ហូបអាហារ៖** ភោជនីយដ្ឋាន ឬហាងលក់ម្ហូបអាហារដ៏ទាក់ទាញ គឺអាស្រ័យទៅលើមូលដ្ឋានអាជីវកម្មដែលចេះបន្ថែមនូវភាពច្នៃប្រឌិត រៀបចំហាងឱ្យមានសោភណភាព និងបម្រើសេវាកម្មឱ្យបានល្អ ជាពិសេសគឺគុណភាពម្ហូបអាហារត្រូវធានាបាននូវផាសុកភាព និងអនាម័យខ្ពស់។ នៅតំបន់បឹងទន្លេសាប គួរជំរុញបន្ថែមឱ្យប្រជាសហគមន៍ ឬប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋានរៀបចំហាងលក់ម្ហូបអាហារ ឬភោជនីយដ្ឋាន ដែលអាចទទួលបានកម្រៃដោយផ្ទាល់សម្រាប់ជីវភាពរស់នៅ។ ជាមួយគ្នានេះដែរ មូលដ្ឋានអាជីវកម្មដែលបម្រើសេវាកម្មម្ហូបអាហារ ត្រូវតែគោរពតាមស្តង់ដាគុណភាពសេវាកម្មម្ហូបអាហារទេសចរណ៍ របស់ក្រសួងទេសចរណ៍។ ត្រង់ចំណុចនេះ ទាមទារឱ្យមានការពង្រឹងគុណភាពម្ហូបអាហារអមជាមួយកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលជំនាញម្ហូបអាហារក្នុងតំបន់ទន្លេសាប ។

**ពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍តំបន់ទន្លេសាប៖** ត្រូវបង្កើតឱ្យមានមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍សហគមន៍ក្នុង**តំបន់ទាំង ៥** ក្នុងតំបន់បឹងទន្លេសាប ដែលត្រូវមានការបណ្តុះបណ្តាល និងមានការទទួលស្គាល់ត្រឹមត្រូវ ហើយការជ្រើសរើស និងបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍គឺត្រូវជ្រើសរើសចេញពីប្រជាពលរដ្ឋក្នុងសហគមន៍នីមួយៗ។ ក្រៅពីការនាំភ្ញៀវទេសចរក្នុងសហគមន៍របស់ខ្លួន មគ្គុទ្ទេសក៍ទាំងនោះគួរត្រូវបណ្តុះបណ្តាលបន្ថែមឱ្យក្លាយជា **"មគ្គុទ្ទេសក៍តំបន់ទន្លេសាប"** ដែលអនុញ្ញាតឱ្យនាំភ្ញៀវទៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នានានៅក្នុងតំបន់ទន្លេសាប។ មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ក៏ត្រូវអនុវត្តតាមក្រមប្រតិបត្តិ និងក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈ សំដៅធានាភាពជឿជាក់ គុណភាព និងសុវត្ថិភាពជូនភ្ញៀវទេសចរ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២៖ កែលម្អកំពង់ផែទេសចរណ៍នៅតំបន់បឹងទន្លេសាប**

ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍នៅតំបន់បឹងទន្លេសាប ផែនការមេលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការកែលម្អកំពង់ផែទេសចរណ៍នៅបឹងទន្លេសាប **ទាំង ៥** ខាងលើ ដើម្បីសម្រួលដល់ការចូលចតទូកទេសចរណ៍ និងធានាសុវត្ថិភាពភ្ញៀវទេសចរ។ កំពង់ផែទេសចរណ៍ខាងលើនេះត្រូវគិតគូរសម្បទាទ្រទ្រង់ចាំបាច់ជាអប្បបរិមា ជាអាទិ៍ **ភោជនីយដ្ឋាន ឬអាហារដ្ឋាន, ហាងកាហ្វេ, អគាររដ្ឋបាល, បញ្ជរព័ត៌មានទេសចរណ៍ និងមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍, សួនច្បារ, កន្លែងក្មេងលេង, ចំណតរ៉ឺម៉កកង់បី ម៉ូតូ កង់, ចំណតរថយន្តលក្ខណៈគ្រួសារ, ចំណតរថយន្តក្រុង, ការរៀបចំផ្លូវចូលទៅកាន់ចំណតទូក, ការរៀបចំកន្លែងលក់សំបុត្រ, រៀបចំឱ្យមានកន្លែងសម្រាករង់ចាំ, បំពាក់ដោយអំពូលបំភ្លឺផ្លូវឆ្លាត និងបង្គន់អនាម័យសាធារណៈ**។ ដោយឡែកកំពង់ផែទេសចរណ៍នៅភ្នំក្រោម (កំពង់ផែទេសចរណ៍ភូមិចុងឃ្នាស) ជាកំពង់ផែទេសចរណ៍ធំជាងគេ និងជាច្រកសំខាន់ចូលទៅកាន់ទន្លេសាប សម្បទាទ្រទ្រង់គួរបន្ថែមទៀតដូចជា មណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍, ផ្ទះលំហែ, ផ្សារសហគមន៍, ស្ថានីយប្រេងឥន្ធនៈ, ភោជនីយដ្ឋានកម្រិតខ្ពស់ និង**"ផ្ទះទន្លេសាប"** ដែលអាចជាសារមន្ទីរត្រី និងធនធានក្រោមទឹក និងកន្លែងពិព័រណ៍ និងថតរូប។ល។

ការអនុវត្តការសាងសង់ និងអភិវឌ្ឍកំពង់ផែទេសចរណ៍ទាំងនេះត្រូវមានប្លង់ស្ថាបត្យកម្មកំពង់ផែទេសចរណ៍លម្អិតមួយដោយឡែក។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : ពង្រឹងគុណភាពទូកទេសចរណ៍នៅតំបន់បឹងទន្លេសាប**

បច្ចុប្បន្ន ជាមួយការមកដល់នៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ (ប្រមាណ៤១% នៃភ្ញៀវទេសចរមកខេត្តសៀមរាប) មានចំនួនអាជីវកម្មទូកទេសចរណ៍**ចំនួន ៩៤២ទូក** កំពុងផ្តល់សេវាកម្មដល់ភ្ញៀវទេសចរនៅតំបន់បឹងទន្លេសាប។ ស្ថិតិទូកទេសចរណ៍ទាំងអស់នៅបឹងទន្លេសាប (មានក្នុងតារាងទី៧ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

ដើម្បីពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍នៅតំបន់បឹងទន្លេសាប ចាំបាច់ត្រូវពង្រឹងគុណភាពទូកទេសចរណ៍ឱ្យស្របតាមស្តង់ដាកាណូតទេសចរណ៍របស់ក្រសួងទេសចរណ៍ ដោយផ្តោតលើអ្នកបើកបរ និងទូកផ្ទាល់។ នេះជាចំណុចចាំបាច់មួយចំនួន ដែលត្រូវគិតគូរ : **១). ការគិតគូរលើផ្នែកបរិស្ថាន** ដែលទូកនីមួយៗត្រូវបំពាក់នូវធុងសំរាម ដាក់នូវខិតបណ្ណស្តីពីការហាមចោលសំរាមចូលក្នុងទន្លេ សៀវភៅណែនាំអំពីទូក និងការទុកដាក់សំរាម និងការណែនាំបន្ថែមតាមការចាំបាច់, **២). ការតុបតែងលម្អ** ត្រូវមានទង់ជាតិនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ព្រមជាមួយការសរសេរអក្សរខ្មែរបញ្ជាក់ពីឈ្មោះទូក សហគមន៍ និងមានពណ៌សមរម្យ និងកៅអីធានាភាពស្អាតរឹងមាំ, **៣). ផ្នែកសុវត្ថិភាព** ទូកទេសចរណ៍នីមួយៗត្រូវបំពាក់នូវឧបករណ៍ពន្លត់អគ្គិភ័យ បរិក្ខារសង្គ្រោះបឋម បំពាក់នូវអាវពោងសុវត្ថិភាពស្មើនឹងចំនួនកៅអី។ ទូកទេសចរណ៍ត្រូវបំពាក់នូវសញ្ញាបន្លឺសំឡេង និងភ្លើងបំភ្លឺករណីទូកត្រូវធ្វើដំណើរនៅពេលយប់ និង **៤). ផ្នែកបដិណ្ឋារកិច្ចល្អ** គ្រប់អ្នកបើកបរទាំងអស់ត្រូវមានឯកសណ្ឋានដែលចេញដោយសហគមន៍ ដោយមានការទទួលស្គាល់ដោយមន្ទីរទេសចរណ៍ខេត្ត និងអនុវត្តតាមក្រមសីលធម៌ និងមានយន្តការតាមដានវាយតម្លៃលើការបើកបរ, ត្រូវរៀបចំផែទូក ចំណតទូកឱ្យមានសណ្តាប់ធ្នាប់ល្អ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤ : ពង្រឹងគុណភាពផ្ទះស្នាក់ និងផ្ទះបណ្តែតទឹកនៅបឹងទន្លេសាប**

**ការរៀបចំផ្ទះស្នាក់** បែបលំហែរបស់កំពង់ផែទេសចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំឡើង សម្រាប់បម្រើដល់ការសម្រាកលំហែរបស់ភ្ញៀវទេសចរដែលចង់មកស្នាក់នៅក្រៅក្រុង ស្រូបយកខ្យល់អាកាសស្រស់ស្រៃ។ ផ្ទះស្នាក់នេះ អាចរៀបចំជា **២ប្រភេទ : ១). ផ្ទះស្នាក់របស់ប្រជាជន** ដែលអនុញ្ញាតឱ្យភ្ញៀវស្នាក់នៅជាមួយម្ចាស់ផ្ទះ (ត្រូវអនុលោមតាម**ស្តង់ដាផ្ទះស្នាក់កម្ពុជា** ហើយត្រូវតែជាលំនៅឋានដែលមានភាពរឹងមាំ ធានាគុណភាព ព្រមទាំងសុវត្ថិភាពដល់ការស្នាក់នៅ ហូបចុករបស់ភ្ញៀវទេសចរ ដែលអាហារអាចរៀបចំឡើងដោយម្ចាស់ផ្ទះផ្ទាល់) និង **២). ផ្ទះស្នាក់ទំនើប** ដោយធានាភាពស្អាត អនាម័យ ភាពធន់រឹងមាំ សុវត្ថិភាព និងការគ្រប់គ្រងបានល្អ ហើយបំពាក់នូវ គ្រែពូកសម្រាក មានកន្លែងអង្គុយលំហែ កង្ហារ អំពូល មុង បន្ទប់ទឹក បង្គន់អនាម័យ។

ចំពោះ**ផ្ទះបណ្តែតទឹក** អាចរៀបចំជា **២ប្រភេទ : ១). ការរៀបចម្ការស្នាក់នៅបែបដាច់ដោយឡែក** ប្រភេទជាផ្ទះបណ្តែតទឹក ឬប្រភេទតង់កៅស៊ូ ដែលធន់នឹងអាកាសធាតុ ឬជាប្រភេទផ្ទះសាងសង់ថ្មីនៅតាមដើមឈើ (ផ្ទះលើដើមឈើ) និង **២). ការរៀបចំប្រភេទផ្ទះបណ្តែតទឹកលំហែ ឬជាប្រភេទវីឡាបណ្តែតទឹក** ដែលជាសំណង់ស្រាលធន់នឹងអាកាសធាតុ (ការបោកបក់នៃកម្លាំងខ្យល់ កម្លាំងនៃទឹករលក...) ដែលការរៀបចំនេះត្រូវមានប្លង់មេនៃការអភិវឌ្ឍច្បាស់លាស់ ហើយត្រូវធានាថាការសាងសង់ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យប៉ះពាល់តិចតួចបំផុតដល់បរិស្ថាន និងត្រូវមានអាជ្ញាបណ្ណពីក្រសួងស្ថាប័នជំនាញ។

ការរៀបចំកែលម្អសោភណភាពផ្ទះបណ្តែតទឹក ត្រូវមានការគិតគូរពីបរិស្ថានសម្រាប់អនាគតនៃបឹងទន្លេសាប។ ការអភិវឌ្ឍដែលមានការចូលរួមប្រកបដោយនិរន្តរភាព តាមរយៈការលើកកម្ពស់ការគ្រប់គ្រងធនធានទឹក ធនធានធម្មជាតិ និងវប្បធម៌ ជាពិសេសប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនៃបឹងទន្លេសាប គឺការឆ្លើយតបនឹងបញ្ហាបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ។

ទន្ទឹមនេះ ការប្រើប្រាស់ឫស្សីដែលជាវត្ថុធាតុដើមកកើតឡើងវិញ ដែលយើងអាចប្រើជារនាប គួរត្រូវបានលើកទឹកចិត្ត។ ដើម្បីចូលរួមកែលម្អសោភណភាពភូមិបណ្តែតទឹក ផែនការមេដាក់ចេញ "គោលការណ៍ណែនាំស្តីពីផ្ទះបណ្តែតទឹកដែលមានការគិតគូរបរិស្ថាន"។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៥ : បង្កើតឱ្យមានកន្លែងផ្តល់ព័ត៌មានទេសចរណ៍ និងបង្កើតកម្មវិធីទូរស័ព្ទ បង្ហាញសៀគ្វីទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ទន្លេសាប**

ដើម្បីបង្កើនភាពងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរដែលមកកម្សាន្តនៅតំបន់បឹងទន្លេសាប ផែនការមេដាក់ចេញនូវការបង្កើតកន្លែងផ្តល់ព័ត៌មានមួយសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ រួមបញ្ចូលជាមួយអគារនៃសារមន្ទីរបឹងទន្លេសាប ដែលអាចមានទីតាំងនៅតំបន់ចុងឃ្នាស (ភ្នំក្រោម)។ ទន្ទឹមនេះ ត្រូវបង្កើតឱ្យមានកម្មវិធីទូរស័ព្ទទេសចរណ៍ និងគេហទំព័រទេសចរណ៍សម្រាប់តំបន់ទន្លេសាប ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយផែនទីគោលដៅទេសចរណ៍តំបន់ទន្លេសាប។ ជាមួយគ្នានេះ ត្រូវបង្កើតសៀគ្វីទេសចរណ៍ទន្លេសាបដោយប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ AR/VR សម្រាប់ការពន្យល់ពីគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ អាចរៀបចំជាកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចក្នុងតំបន់សហគមន៍នីមួយៗ ឬអាចជាកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចភ្ជាប់រវាងសហគមន៍ដោយមានរយៈពេល១ថ្ងៃ ឬ២ថ្ងៃ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៦ : ពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ច្នៃប្រឌិត និងទាក់ទាញនៅតំបន់ទន្លេសាប**

ផែនការមេ តម្រូវឱ្យមានកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍នៅក្នុងតំបន់ទន្លេសាបបន្ថែមទៀត ដោយត្រូវគោរពតាមគោលការណ៍និរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវចំពោះសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម និងបរិស្ថាន ព្រមទាំងស្នើឱ្យបង្កើត**សារមន្ទីរត្រី និងធនធានក្រោមទឹក** ហៅថា **"ផ្ទះទន្លេសាប"** ដើម្បីបង្ហាញនូវប្រភេទជីវៈចម្រុះ ដែលមាននៅតំបន់ទន្លេសាបនេះ និងចរន្តទឹកបឹងទន្លេសាបហូរត្រឡប់ក្រោយវិញជាដើម។ល។ សារមន្ទីរនេះត្រូវរៀបចំឡើងដោយប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល ហើយនាថ្ងៃអនាគត សារមន្ទីរនេះនឹងក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍បែបសិក្សា និងស្រាវជ្រាវសម្រាប់ទាំងភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិផងដែរ និងគួរមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងតំបន់ភ្នំក្រោម (ចុងឃ្នាស)។ ទន្ទឹមនេះ ត្រូវ**បង្កើតប្រភេទទូកទេសចរណ៍ខ្នាតធំសៀគ្វី**ទេសចរណ៍ដែលអាចធ្វើដំណើរកម្សាន្តទស្សនាចរនៅក្នុងតំបន់បឹងទន្លេសាប (រយៈពេលយ៉ាងហោច២ថ្ងៃ ១យប់) និងត្រូវសិក្សាលទ្ធភាពរៀបចំឱ្យមាន យន្តហោះឯកជនខ្នាតតូច ឬឧទ្ធម្ភាគចក្រ ដែលអាចចុះចតលើទឹកបានសម្រាប់បម្រើដល់ការទស្សនាកម្សាន្តរបស់ភ្ញៀវលំដាប់ខ្ពស់នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ធម្មជាតិ នាបឹងទន្លេសាប។

### ៥.២- ការពង្រឹងគុណភាពបរិស្ថាន និងទេសភាពបឹងទន្លេសាប

បញ្ហាបរិស្ថាននៅបឹងទន្លេសាបនៅតែជាបញ្ហាប្រឈម ដែលត្រូវមានវិធានការ ដើម្បីលើកកម្ពស់ **"ភាពស្អាត និងបៃតង"** និងភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍នៃបឹងទន្លេសាប។ ការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង សំណល់រាវឱ្យបានត្រឹមត្រូវ គឺជាផ្នែកមួយដែលជួយលើកកម្ពស់សោភណភាពនៅសហគមន៍បណ្តែតទឹកបានមួយកម្រិតទោះបីជាសហគមន៍បណ្តែតទឹកនោះមិនស្ថិតនៅទីតាំងល្អដែលមានទេសភាពប្រណិត មិនមានភាពស៊ីចង្វាក់គ្នានៃរចនាបទអគារក៏ដោយ។ ការលើកកម្ពស់សុខុមាលភាពរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ នៅក្នុងសហគមន៍បណ្តែតទឹក គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់។ ដើម្បីចូលរួមបម្រើដល់វិស័យទេសចរណ៍ និងលើកកម្ពស់សុខុមាលភាពប្រជាពលរដ្ឋដែលរស់នៅក្នុងសហគមន៍បណ្តែតទឹក ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : គ្រប់គ្រងសំណល់រឹង ក្នុងសហគមន៍បណ្តែតទឹក**

ដើម្បីពង្រឹងការគ្រប់គ្រងសំណល់រឹង ត្រូវរៀបចំម្ការសិក្សាលទ្ធភាពបង្កើតឱ្យមានអង្គភាពប្រមូលសំរាម ឬក្រុមការងារសម្អាត ឬក្រុមបរិស្ថានស្ម័គ្រចិត្តនៅក្នុងសហគមន៍បណ្តែតទឹក, និងត្រូវមានកាណូតប្រមូលសំរាមលើទឹក ប្រើសម្រាប់សម្អាតទន្លេ បឹង អាងស្តុកទឹក ទំនប់ទឹកស្រះ និងប្រភពទឹកផ្សេងទៀត រួមទាំងបង្កើតយុទ្ធនាការសហគមន៍បណ្តែតទឹកស្អាត ឬយុទ្ធនាការសហគមន៍បណ្តែតទឹកគ្មានថង់ប្លាស្ទិក និងគម្រោងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវលំនៅឋានប្រជាពលរដ្ឋក្នុងសហគមន៍បណ្តែតទឹក។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : គ្រប់គ្រងសំណល់រាវ ក្នុងសហគមន៍បណ្តែតទឹក**

ដើម្បីពង្រឹងការគ្រប់គ្រងសំណល់រាវនៅតំបន់បឹងទន្លេសាប គួរបង្កើត "**គម្រោងផ្ទះបណ្តែតទឹកស្អាត**" ដើម្បីធ្វើឱ្យមានភាពប្រសើរឡើងនូវអនាម័យបរិស្ថាននៅក្នុងសហគមន៍បណ្តែតទឹក ហើយគម្រោងនេះគួរផ្តោតលើវិធីនៃការគ្រប់គ្រងកាកសំណល់ក្នុងសហគមន៍ ដោយ**បង្កើតស្ថានីយគ្រប់គ្រងកាកសំណល់** ដើម្បីធ្វើប្រព្រឹត្តិកម្មកាកសំណល់ និងបង្វែរវាទៅកន្លែងដែលមានសុវត្ថិភាព និងប្រែក្លាយទៅជាផលិតផលដែលអាចលក់បានដូចជាជី ឬជីវឧស្ម័នជាដើម និង**សាងសង់បង្គន់អនាម័យនៅលើទឹក** ដើម្បីចាប់យកកាកសំណល់របស់មនុស្សមុនពេលវាអាចបំផ្លាញបរិស្ថានជុំវិញ ដោយធ្វើប្រព្រឹត្តិកម្មបឋមមុនបង្ហូរចូលទឹក។

## ៥.៣- យន្តការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់បឹងទន្លេសាប

ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅតំបន់ទន្លេសាបត្រូវប្រមូលផ្តុំទៅដោយតួអង្គជាច្រើន និងទាមទារជាដាច់ខាតនូវការចូលរួមពីសំណាក់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងឡាយ ដើម្បីធានានូវប្រសិទ្ធភាព និងគុណភាពនៃសេវាកម្ម ឬផលិតផលទេសចរណ៍។

ដើម្បីគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ទន្លេសាប ផែនការមេកំណត់ឱ្យបង្កើត "**អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍**" ដែលនឹងក្លាយជាអ្នកអភិវឌ្ឍ និងគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ទន្លេសាប។ អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ដោយឡែកនេះ ស្ថិតក្រោមទម្រង់ចម្រុះ ភាពជាដៃគូ រដ្ឋ-ឯកជន ឬភាពជាដៃគូសហគមន៍-រដ្ឋ-ឯកជន-ដៃគូអភិវឌ្ឍ។ រាល់ទំនាក់ទំនងរវាងវិនិយោគិន ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍តំបន់ទន្លេសាបត្រូវមាន**កិច្ចសន្យា និងសៀវភៅបន្ទុកច្បាស់លាស់** អមជាមួយការបែងចែកផលប្រយោជន៍ប្រកបដោយសមធម៌។ លើសពីនេះ ដើម្បីធានានិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ទន្លេសាបប្រកបដោយចីរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ តម្រូវឱ្យមានការគិតគូរដល់ការរៀបចំតុបតែងលំអ និងថែទាំសម្បទាទេសចរណ៍ (រួមទាំងអនាម័យ និងការគ្រប់គ្រងសំណល់) និងការធានាសន្តិសុខ សុវត្ថិភាពជូនភ្ញៀវទេសចរ។ ទាំងនេះឆ្លុះបញ្ចាំងពីតម្រូវការប្រភពធនធានហិរញ្ញវត្ថុ ដែលចាំបាច់ត្រូវមានយន្តការដើម្បីរកប្រាក់ចំណូល ដែលបានមកពីប្រភព **ថ្លៃសំបុត្រចូល ថ្លៃប្រើប្រាស់ ថ្លៃសេវាកម្មទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ ការលក់ដូរ និងកម្រៃពីការផ្តើសម្បទាន** ដល់សកម្មភាពទេសចរណ៍នានាក្នុងតំបន់ទន្លេសាប។

## ៦- តំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មី

ដោយឈរលើស្ថានភាពនៃចក្ខុវិស័យ គោលបំណង និងគោលដៅនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបឆ្ពោះទៅឆ្នាំ២០៣៥ ការបង្កើតតំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មី គឺជាការឆ្លើយតបនឹងកំណើនប្រជាសាស្ត្រ, នគរូបនីយកម្ម

ក្រុងសៀមរាប, កំណើនតម្រូវការសេវាស្នាក់នៅ និងកម្សាន្តទេសចរណ៍ សម្រាប់បម្រើឱ្យកំណើនភ្ញៀវទេសចរនៅក្នុងរយៈពេលមធ្យម និងរយៈពេលវែង ដើម្បីបញ្ចៀសនូវសម្ពាធខ្លាំងនៃការអភិវឌ្ឍនៅក្នុងក្រុងសៀមរាប និងតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ។ តំបន់នេះត្រូវធ្វើការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយបរិស្ថានស្អាត ឆ្លាត និងបៃតង និងមានភាពទាក់ទាញសម្រាប់ប្រភេទទេសចរលំដាប់ខ្ពស់ និងទេសចរផ្ទះទី២។ តំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មីដើរតួជាទីតាំងសម្រាប់រៀបចំបង្កើត តំបន់សណ្ឋាគារកម្រិតល្អប្រណិត, តំបន់កីឡាកូនហ្គោល, តំបន់ឧទ្យានកម្សាន្ត, តំបន់សួនឧទ្យានបច្ចេកវិទ្យា, តំបន់មជ្ឈមណ្ឌលសុខាភិបាលលំដាប់អន្តរជាតិ, តំបន់ពាណិជ្ជកម្មទេសចរណ៍ធុរកិច្ច និងកន្លែងតាំងពិព័រណ៍អន្តរជាតិ, តំបន់ផ្ទះទីពីរ, តំបន់ពហុកីឡដ្ឋាន, តំបន់សារមន្ទីរអរិយធម៌, តំបន់បុរី និងតំបន់លំនៅឋាន។ ការរៀបចំបង្កើតតំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មីនេះ តម្រូវឱ្យមានការសិក្សាលម្អិតលើទិដ្ឋភាពគម្រូបនីយកម្ម, ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រ, យន្តការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍឱ្យបានច្បាស់លាស់ និងគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ។

## ផ្នែកទី២ : យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ

ផ្អែកតាមការអង្កេតភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ (២០១៨) ខេត្តសៀមរាបត្រូវធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍បន្ថែមទៀត ក្នុងនោះ ៧១% យល់ឃើញថា គួរតែមានដំណើរកម្សាន្តតាមជនបទ, ៦៦% ចង់ឱ្យមានបង្កើតកម្មវិធីព្រឹត្តិការណ៍នានា ពេញមួយឆ្នាំនៅខេត្តសៀមរាប និងតំបន់ជុំវិញ និង៦៦%ចង់ឃើញសកម្មភាពអ្នកភូមិនៅបឹងទន្លេសាប។ល។

ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងសេណារីយ៉ូអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០៣៥ និងឆ្លើយតបតម្រូវការខាងលើ ការធ្វើពិពិធកម្ម**ផលិតផលទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបត្រូវផ្សារភ្ជាប់នឹងយុទ្ធសាស្ត្របង្កើតផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ** និងត្រូវផ្តល់ការផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍បែបចម្រុះទាំងទេសចរណ៍វប្បធម៌ (រូបី អរូបី) ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ ទេសចរណ៍ជនបទកសិ-ទេសចរណ៍ និងប្រភេទទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀត។

សក្តានុពលនៃផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីទាំងនេះ អាចបង្កើតបានផលិតទេសចរណ៍ថ្មីៗប្រកបដោយថាមភាព និងសក្តានុពលខ្ពស់ ហើយខេត្តសៀមរាបអាចបង្កើតឱ្យមានផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗចំនួន ៦ រួមមាន÷ **១).** ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងបេតិកភណ្ឌ សាសនា និងជំនឿ, **២).** ផលិតផលទេសចរណ៍បៃតង, **៣).** ផលិតផលទេសចរណ៍ម៉ាយ, **៤).**ផលិតផលទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍, **៥).** ផលិតផលទេសចរណ៍កីឡា និង ៦).ផលិតផលទេសចរណ៍វ័យចំណាស់-ទេសចរណ៍សុខភាព និងទេសចរណ៍ផ្ទះទីពីរ។

### ១- ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ បេតិកភណ្ឌ សាសនា និងជំនឿ

ខេត្តសៀមរាបត្រូវអភិវឌ្ឍផលិតផលវប្បធម៌ថ្មីបន្ថែមទៀត និងត្រូវឈរឱ្យបានកាន់តែប្រសើរនូវអ្វីដែលខ្លួនមានស្រាប់ ដើម្បីប្រើប្រាស់ឱ្យបានពេញលេញនូវបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ទាំងរូបី និងអរូបី និងសាសនា ក្នុងការទាក់ទាញ និងទទួលផលពីវិស័យទេសចរណ៍។ បន្ថែមពីនេះ គឺត្រូវជំរុញអភិវឌ្ឍ**ឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត** ដោយត្រូវទាញយកនូវសមត្ថភាពច្នៃប្រឌិតរបស់អ្នកនិពន្ធ សិល្បៈ អ្នកសម្តែង អ្នករបាំ និងវិចិត្រករ... ដើម្បីបង្កើតជាផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ដ៏ទាក់ទាញ។

ដូច្នេះ ដើម្បីធានាបានថាខេត្តសៀមរាបមានភាពលេចធ្លោជាគោលដៅទេសចរណ៍វប្បធម៌ក្នុងតំបន់ និងពិភពលោក, ពន្យារពេលស្នាក់នៅ និងបង្កើនការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷


៧

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : បង្កើតសៀគ្វី និងខ្សែធ្វើដំណើរទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌពិភពលោក**

ការបង្កើត**សៀគ្វីទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌពិភពលោក** គឺជាធនធានទេសចរណ៍ដ៏មានសក្តានុពលសម្រាប់ការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិមកខេត្តសៀមរាប និងតំបន់ជុំវិញ។ ផ្លូវទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌពិភពលោកនេះអាចផ្សារភ្ជាប់រវាងតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ និងតំបន់បេតិកភណ្ឌព្រះវិហារ និងតំបន់បេតិកភណ្ឌសម្បូណ៌ព្រៃគុក។ ប៉ុន្តែដើម្បីកសាងផ្លូវទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌនេះឱ្យក្លាយជាផលិតផលទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញ ត្រូវគិតគូរបន្ថែមលើការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រ និងសម្បទាទេសចរណ៍បម្រើឱ្យភ្ញៀវទេសចរ អមជាមួយការពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍ ការផ្តល់សេវាកម្មកាន់តែទាក់ទាញ ច្នៃប្រឌិត និងការផ្តល់ឱ្យមានការពន្យល់បកស្រាយតាមរយៈមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និង/ឬការផ្តល់ឱ្យមានការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល។ **ក្រៅពីប្រាសាទ** សៀគ្វី និងខ្សែដំណើរទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបអាច : **១).** ត្រូវផ្សារភ្ជាប់ដំណើរទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌ និងម្ហូបអាហារ, **២).** ដំណើរទេសចរណ៍នេះ ក៏អាចភ្ជាប់ជាមួយកន្លែងស្រាវជ្រាវ និងសារមន្ទីរផ្សេងៗគ្នាជាច្រើន ដើម្បីពន្យល់អំពីតួនាទីរបស់អង្គរ និងអាចឱ្យភ្ញៀវស្វែងយល់ពីវប្បធម៌ អរិយធម៌ខ្មែរ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ ធម្មជាតិ ជំនឿ និងសាសនា។ យើងក៏អាចអភិវឌ្ឍខ្សែដំណើរទេសចរណ៍តាមប្រធានបទ ពោលគឺសៀគ្វីទេសចរណ៍នេះអាចភ្ជាប់ប្រាសាទ និងតំបន់ធម្មជាតិដ៏ពិសិដ្ឋនៃឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន និង/ឬវត្តអារាមនានានៅក្នុងខេត្តសៀមរាប និង/ឬ ព្រឹត្តិការណ៍សាសនា ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីសក្តានុពលនៃទេសចរណ៍សាសនា និងជំនឿ, **៣). ត្រូវផ្សារភ្ជាប់ដំណើរទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌនេះ ជាមួយនឹងទេសចរយុវជន** : ជំរុញការចូលរួមពីទេសចរក្នុងស្រុក ពិសេសទេសចរ យុវជន និងកុមារផ្សារភ្ជាប់នឹងទេសចរណ៍វប្បធម៌និងបេតិកភណ្ឌ ដូចដែលមានរំលេចនៅក្នុងអត្ថន័យនៃគោលគំនិត 3C's (ដូចមានក្នុងរូបភាពទី៦ នៃឧបសម្ព័ន្ធ) របស់ **ឯកឧត្តម ហ៊ុន ម៉ានី** ប្រធានគណៈកម្មការអប់រំយុវជន កីឡា ធម្មការ កិច្ចការសាសនា វប្បធម៌ និងទេសចរណ៍ នៃរដ្ឋសភា និងជាប្រធានសហភាពសហព័ន្ធយុវជនកម្ពុជាត្រង់ ចំណុច **C1** បានលើកឡើងពីភាពជាខ្មែរតែមួយ (Cambodianess) សម្រាប់អនាគតកម្ពុជា ដែលបានគូសបញ្ជាក់ឱ្យឃើញពីសារៈសំខាន់នៃការរក្សាអត្តសញ្ញាណជាតិ ក្នុងន័យនេះគឺយើងជំរុញឱ្យទេសចរក្នុងស្រុក ឱ្យធ្វើដំណើរកម្សាន្តទៅកាន់តំបន់គោលដៅទេសចរណ៍វប្បធម៌ឱ្យបានច្រើនជាមួយការទទួលបានការបញ្ជ្រាបការយល់ដឹងអំពីវប្បធម៌ ទំនៀមទម្លាប់ ប្រវត្តិដំណើររឿងរបស់គោលដៅនីមួយៗ ដោយអាចប្រើប្រាស់មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរក្នុងស្រុក ឬដោយការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋានជាម្ចាស់ស្រុកភូមិ ឬ ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាជាជំនួយនៅតាមគោលដៅ។ ជាបច្ច័យត្រឡប់មកវិញ តាមរយៈការធ្វើដំណើរកម្សាន្តនេះនឹងធ្វើឱ្យយុវជន យុវនារី កុមារា កុមារី និងបងប្អូន ប្រជាពលរដ្ឋ កាន់តែបានយល់ជ្រួតជ្រាបអំពីវប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រជាតិ ដែលរួមចំណែកដល់ការបង្កើនស្មារតីស្នេហាជាតិរបស់ប្រជាជនយើងហើយជំរុញឱ្យពួកគេចេះការពារព្រលឹងជាតិ រក្សាអត្តសញ្ញាណជាតិ លើកតម្កើងវប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រជាតិ ស្របតាមទស្សនៈទាន **"ស្រលាញ់ជាតិ ត្រូវស្គាល់ទឹកដី"**។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : បង្កើតសារមន្ទីរអរិយធម៌**

ការអភិវឌ្ឍនៃផលិតផលវប្បធម៌បន្ថែមទៀត គឺត្រូវការជាចាំបាច់ដើម្បីលើកទឹកចិត្តភ្ញៀវទេសចរឱ្យចំណាយពេលវេលាកាន់តែច្រើននៅក្នុងខេត្តសៀមរាប និងបង្កើនការចូលរួមចំណែកដល់សេដ្ឋកិច្ចខេត្តសៀមរាប។ ផលិតផលទាំងនេះផ្សារភ្ជាប់ទាំងធនធានវប្បធម៌ទាំងរូបី និងអរូបី ពិសេសត្រូវបង្ហាញឱ្យភ្ញៀវទេសចរទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិឱ្យស្វែងយល់កាន់តែស៊ីជម្រៅលើសម្បត្តិបេតិកភណ្ឌទាំងរូបី និងអរូបី។ សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រនេះរួមបញ្ចូលទាំងការ

កសាងគំនិតផ្តួចផ្តើមលើ ការបង្កើតឱ្យមាន**សារមន្ទីរអរិយធម៌ថ្មីមួយ**បង្ហាញអំពីប្រវត្តិទាក់ទងនឹងប្រាសាទ (បេតិកភណ្ឌរូបី) និងបេតិកភណ្ឌពិភពលោកអរូបី ផ្សារភ្ជាប់នឹងជីវភាពរស់នៅ ទំនៀមទម្លាប់របស់ប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរនៅតាមសម័យកាលនីមួយៗ (ប្រើប្រាស់នូវបច្ចេកវិទ្យាទំនើបក្នុងបរិបទនៃឧស្សាហកម្ម៤.០ ឧទាហរណ៍÷ ដូចជាសារៈមន្ទីរអាក្រូប៉ូលីស នៅទីក្រុងអាតែន ប្រទេសក្រិច)។ សារមន្ទីរនេះត្រូវផ្តល់ជូននូវផ្លូវទស្សនាចរ ដែលមានភាពស៊ីជម្រៅ និងអន្តរកម្មដោយឌីជីថលសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរដែលអាចធ្វើឱ្យបទពិសោធន៍ទេសចរណ៍កាន់តែប្រសើរឡើងជាមួយនឹងបច្ចេកវិទ្យាថ្មី។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : អភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ច្នៃប្រឌិត ផ្សារភ្ជាប់នឹងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត**

ស្របពេលដែលកម្ពុជាមានសក្តានុពលខ្ពស់ផ្នែកវប្បធម៌ ទាំងរូបី និងអរូបី និងត្រូវបានទទួលស្គាល់ជា សកល ក្នុងនោះកម្ពុជាមានសម្បត្តិវប្បធម៌ចំនួន០៨ ដែលត្រូវបានដាក់បញ្ចូលក្នុងសម្បត្តិបេតិកភណ្ឌរូបី និងអរូបីពិភពលោករបស់អង្គការយូនេស្កូ។ [3] វិស័យទេសចរណ៍ច្នៃប្រឌិត អាចក្លាយជាអ័ក្សយុទ្ធសាស្ត្រធ្វើឱ្យកម្ពុជាក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍វប្បធម៌មានភាពរស់រវើក និងប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ និងបង្កើននូវតម្លៃសេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់ជាងមុន តាមរយៈការប្រើប្រាស់ធនធានវប្បធម៌ផ្សារភ្ជាប់នឹងនវានុវត្តន៍ ចំណេះដឹង និងការច្នៃប្រឌិត។ ខេត្តសៀមរាបពិតជាមានចំណុចពិសេសធ្វើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ច្នៃប្រឌិត ក្លាយជាផ្នែកសំខាន់មួយនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ក្នុងរយៈពេលមធ្យម និងវែង។ វិស័យទេសចរណ៍ច្នៃប្រឌិតដែលកំពុងរីកចម្រើននេះ និងបានបង្កើតនូវបទពិសោធន៍ទេសចរណ៍ថ្មីៗដល់ភ្ញៀវទេសចរ បន្ថែមពីលើការផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់ និងក៏ដូចជាផ្តល់ផលត្រលប់មកវិញដល់កិច្ចគាំពារ និងអភិរក្សលើកកម្ពស់បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌អរូបី ដ៏មានប្រសិទ្ធភាពផងដែរ។ ប្រភេទនៃផលិតផលទេសចរណ៍ច្នៃប្រឌិតដែលមានសក្តានុពលសម្រាប់ខេត្តសៀមរាបរួមមាន: **១). ផលិតកម្មភាពយន្ត** ដោយលើកកម្ពស់ **"ទេសចរណ៍ភាពយន្ត"** នៅកម្ពុជា ពិសេសបង្កើតកម្មវិធីលើកទឹកចិត្តទាក់ទាញភាពយន្តបរទេសឱ្យមកថតខ្សែភាពយន្តនៅខេត្តសៀមរាប ដែលជាការចូលរួមដល់ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ដ៏មានឥទ្ធិពល, **២). សិប្បកម្មសិល្បៈច្នៃប្រឌិត (វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍)** ត្រូវបង្កើតកម្មវិធីគាំទ្រ (ហិរញ្ញប្បទានលើកទឹកចិត្ត ការបណ្តុះបណ្តាល និងផ្ទេរបច្ចេកវិទ្យាដល់ឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត ដើម្បីគាំទ្រសិប្បករមូលដ្ឋានក្នុងខេត្តសៀមរាប និងខេត្តនៅជុំវិញផងដែរ **៣). សិល្បៈរស់** យើងចាំបាច់ត្រូវពង្រឹងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិតដោយជំរុញទីផ្សារនៃសេវាកម្មវប្បធម៌អរូបី ផ្សារភ្ជាប់នឹងការប្រើប្រាស់សេវារបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ។ ទន្ទឹមនេះ ក្បាច់គុនបុរាណខ្មែរ ពិសេស ក្បាច់គុន**ល្បុក្កតោ**[4] ខេត្តសៀមរាប ត្រូវរៀបចំឱ្យមានមជ្ឈមណ្ឌលបង្ហាត់បង្រៀនគុនល្បុក្កតោដល់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ (កម្រិតមូលដ្ឋានខ្លីៗ) ក៏ដូចជាបង្កើតឱ្យមាន រោងបង្ហាញសិល្បៈគុនល្បុក្កតោ (កម្រិតស្តង់ដា) ឱ្យមានរៀងរាល់ថ្ងៃ ឬរៀងរាល់ចុងសប្តាហ៍ និង **៤). ម្ហូបអាហារ** ចំពោះចំណុចនេះ សកម្មភាពមួយចំនួនត្រូវអនុវត្ត ដើម្បីឱ្យម្ហូបអាហារដើរតួយ៉ាងសំខាន់ ជាអាទិ

---

[3] *បេតិកភណ្ឌពិភពលោករូបី : ចំនួន ៣*

*១. ប្រាសាទអង្គរវត្ត (១៤ ធ្នូ ១៩៩២) ២. ប្រាសាទព្រះវិហារ (៧ កក្កដា ២០០៨) ៣. ប្រាសាទសម្បូណ៌ព្រៃគុក (០៨ កក្កដា ២០១៧)*

***បេតិកភណ្ឌពិភពលោកអរូបី : ចំនួន ៥***

*១. របាំព្រះរាជទ្រព្យ (៧ វិច្ឆិកា ២០០៣), ២. ល្ខោនស្បែកធំ (២៥ វិច្ឆិកា ២០០៥), ៣. ល្បែងទាញព្រ័ត្រ (២ ធ្នូ ២០១៥), ៤. ចាប៉ីដងវែង (៣០ វិច្ឆិកា ២០១៦), ៥. ល្ខោនខោលវត្តស្វាយអណ្តែត (២៨ វិច្ឆិកា ២០១៨)*

[4] *ល្បុក្កតោ គឺជាក្បាច់គុនបុរាណខ្មែរដំបូងគេ ដែលត្រូវបានគេប្រើប្រាស់ដើម្បីប្រយុទ្ធ នឹងសត្រូវ ក្នុងអំឡុងសម័យអង្គរ។ អ្នកហាត់ក្បាច់គុននេះ ត្រូវតែហ្វឹកហាត់ ដោយប្រើជង្គង់ កែង ដៃ ជើង និងក្បាលផងដែរ ហើយដំបងខ្លីជាធម្មតា ត្រូវបានគេប្រើប្រាស់ជាអាវុធ។*

ត្រូវរៀបចំឱ្យមានពិធីបុណ្យប្រចាំឆ្នាំដែលមិនត្រឹមតែផ្តោតសំខាន់ទៅលើម្ហូបអាហារ ដែលជាផលិតផលក្នុងស្រុកប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងលើការច្នៃប្រឌិតធ្វើម្ហូប ទាំងបច្ចេកទេស ទាំងការស្រាវជ្រាវផ្នែកអាហារវិទ្យា និងត្រូវបង្កើតវិទ្យាស្ថានសិក្សាម្ហូបអាហារ និងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិតជាផ្នែកមួយនៃសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ (សាខាខេត្តសៀមរាប)។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤ : បង្កើត និងពង្រឹងឧបករណ៍ និងមធ្យោបាយបកស្រាយពន្យល់បេតិកភណ្ឌ និងវប្បធម៌ដល់ភ្ញៀវទេសចរ**

ដើម្បីលើកកម្ពស់ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ដ៏ទាក់ទាញទាមទារឱ្យខេត្តសៀមរាបគិតគូរពីលើការបង្កើត និងពង្រឹងឧបករណ៍ និងមធ្យោបាយបកស្រាយពន្យល់បេតិកភណ្ឌ និងវប្បធម៌ដល់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ ក្នុងនោះរួមមាន : **១). អ្នកនិពន្ធ និងវិចិត្រករក្នុងស្រុក** អាចត្រូវបានប្រើដើម្បីអភិវឌ្ឍការនិទានកថាឱ្យកាន់តែប្រសើរ និងមានប្រសិទ្ធភាពជាងមុនដល់ភ្ញៀវទេសចរឱ្យយល់ដឹងពីប្រាសាទពីបេតិកភណ្ឌ។ ទន្ទឹមនឹងនោះ លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការផ្តល់សេវាកម្មសម្រាប់**វិចិត្រករក្នុងស្រុក**គូរគំនូរសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិផ្សារភ្ជាប់នឹងទីតាំងប្រាសាទអង្គរវត្ត និង/ ឬទីតាំងប្រាសាទផ្សេងៗទៀត, **២). មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍** ក៏គួរត្រូវពង្រឹងសមត្ថភាព និងបច្ចុប្បន្នភាពចំណេះដឹងជាប្រចាំ និងគួរត្រូវបង្កើតឱ្យមាននូវមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ពិសេសក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរដែល, គួរត្រូវប្រើប្រាស់សម្រាប់ទេសចរអន្តរជាតិ និងអាចក្លាយ**ជាមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍**ក្នុងស្រុក, **៣).** ត្រូវប្រើប្រាស់ការបកស្រាយពន្យល់តាមកម្មវិធីទូរស័ព្ទ ឬ បច្ចេកវិទ្យា VR និង AR ដើម្បីពន្យល់ និងបកស្រាយអត្ថន័យនៃធនធានសម្បត្តិវប្បធម៌បេតិកភណ្ឌទាំងរូបី និងអរូបីដល់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ (អាចមានជាភាសាខ្មែរ និងភាសាបរទេស...) បំពាក់ឱ្យមាននៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងទីតាំងមួយចំនួនក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរ។

## ២- ផលិតផលទេសចរណ៍បៃតង

ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍បៃតងនៅខេត្តសៀមរាប ក៏ជាទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រអាទិភាពក្នុងផែនការមេ ដោយហេតុថា បច្ចុប្បន្នជាមួយនឹងកំណើនដ៏ឆាប់រហ័សនៃលំហូរភ្ញៀវទេសចរលើពិភពលោក ក៏ដូចជាមកកម្ពុជា ជាពិសេសមកកាន់ខេត្តសៀមរាប និងតំបន់ជុំវិញគឺមានការកើនឡើងនៃការចាប់អារម្មណ៍ពីភ្ញៀវទេសចរលើ "**វិស័យទេសចរណ៍បៃតង**"។

កត្តាចាំបាច់ដើម្បីឱ្យខេត្តសៀមរាប មានការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍បៃតងទទួលបានជោគជ័យទាមទារឱ្យមានការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធក្នុងការអភិវឌ្ឍ គ្រប់គ្រង និងការធ្វើធុរកិច្ចក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ហើយការចូលរួមនៅទីនេះ គឺមិនត្រឹមតែផ្តោតលើថ្នាក់ដឹកនាំ ឬអ្នកដាក់ចេញយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែក៏សំដៅផងដែរ ដល់តួនាទីរបស់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ព្រមទាំងអ្នកផ្តល់សេវាកម្មនានា ដែលទ្រទ្រង់ដល់វិស័យទេសចរណ៍ **បណ្តាដៃគូអភិវឌ្ឍនានា និងប្រជាពលរដ្ឋសហគមន៍មូលដ្ឋាន និងទេសចរ** ផងដែរ ដោយត្រូវផ្សារភ្ជាប់នឹងជម្រើស ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវខាងផ្នែកបរិស្ថាន។

បច្ចុប្បន្នវិស័យទេសចរណ៍បៃតងចូលរួមដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមធំៗ**ចំនួន៤ គឺទឹក ថាមពល បញ្ហាសំណល់ និងជីវៈចម្រុះ** ដែលអាចទទួលឥទ្ធិពលពីវិស័យទេសចរណ៍ ប្រសិនបើគ្មានការគ្រប់គ្រងឱ្យបានហ្មត់ចត់។ ដើម្បីចូលរួមដោះស្រាយបញ្ហានេះ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ជំរុញការអភិវឌ្ឍអេកូទេសចរណ៍ និងសហគមន៍ទេសចរណ៍**
- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំង "ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ បដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ" និងការរៀបចំក្រុងសៀមរាបទៅជា "ទីក្រុងមេត្រីភាពបរិស្ថាន"**

ចលនាប្រឡងប្រណាំង **"ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ"** មិនត្រឹមតែជានាបាននូវការលើកកម្ពស់កិត្យានុភាពជាតិ និងជំរុញការផ្សព្វផ្សាយ និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប៉ុណ្ណោះទេ គឺសំដៅសម្រេចគោលដៅ ជាយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីកម្ពុជាក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយភាពទាក់ទាញនិងផ្តល់ភាពកក់ក្តៅដល់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងតំបន់ និងសកលលោក។ ទន្ទឹមនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញនូវ **"ចលនាប្រឡងប្រណាំងទីក្រុងស្អាត"** ដោយមានគណៈកម្មាធិការជាតិវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត មានតួនាទី និងភារកិច្ចជាអ្នកតាមដានការអនុវត្ត ផ្តល់មតិយោបល់ និងការណែនាំ ផ្សេងៗដល់បណ្តាក្រុង-ខណ្ឌទាំងឡាយក្នុងគោលបំណងលើកកម្ពស់ និងរក្សាឱ្យបាននូវសោភណភាព អនាម័យ បរិស្ថានល្អ និងប្រែក្លាយបណ្តាទីប្រជុំជនទាំងនោះឱ្យក្លាយជាទីកន្លែងដែលមានភាពកក់ក្តៅក្នុងការរស់នៅ ជាទីកន្លែងដែលមានការអភិវឌ្ឍសង្គម-សេដ្ឋកិច្ច ដោយឈរលើស្តង់ដាររួមមួយស្របតាមគោលការណ៍នៃការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ។

លើសពីនេះទៅទៀត ទស្សនវិស័យឆ្ពោះទៅឆ្នាំ២០៣៥ ក្រុងសៀមរាបត្រូវអភិវឌ្ឍខ្លួនជាទីក្រុងមេត្រីភាពបរិស្ថាន ក្នុងនោះលើកទឹកចិត្តការប្រើប្រាស់មធ្យោបាយធ្វើដំណើរដែលគិតគូរដល់បរិស្ថាន លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការរៀបចំអគារដែលមានការគិតគូរដល់បរិស្ថាន និងប្រជាពលរដ្ឋគិតគូរដល់បរិស្ថានខ្ពស់ក្នុងក្រុងសៀមរាប។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣: ជំរុញយុទ្ធនាការដាំដើមឈើ "ទេសចរម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម" និងបង្កើតឱ្យមាន "សួនទេសចរណ៍"**

ដោយឈរលើទស្សនទានបៃតង និងភាពស្អាត រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញនូវចលនាប្រឡងប្រណាំង **"ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ និង បដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ"** សំដៅធ្វើឱ្យកម្ពុជាក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ដ៏ស្រស់ស្អាត ប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ និងបៃតង ក៏ដូចជាយុទ្ធនាការ **"ទេសចរម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម" "គូស្រករមួយគូ ដើមឈើមួយដើម" "យុវជនម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម"** ដើម្បីជំរុញការដាំដើមឈើដោយភ្ញៀវទេសចរទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិ ព្រមទាំងឈានទៅបំផុសភ្ញៀវទេសចរ និងមហាជនទាំងអស់អាចចូលរួមដាំដើមឈើនៅតាម**សួនទេសចរណ៍**។

ខេត្តសៀមរាប អាចបង្កើតឱ្យមានសួនទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរ ឬក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤: អនុវត្តស្តង់ដាបៃតងក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ឱ្យស្របតាមស្តង់ដាបៃតងអាស៊ាន និងកម្ពុជា**

ក្រៅពីកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់រដ្ឋ **ផ្នែកឯកជន**ក៏ត្រូវចូលរួមដល់ការធានានិរន្តរភាពតាមរយៈការកែសម្រួល**ទម្រង់នៃការធ្វើធុរកិច្ច** ដោយត្រូវចាប់ផ្តើមយកចិត្តទុកដាក់ដល់ទស្សនទាននៃ **"ការទទួលខុសត្រូវរបស់សហគ្រាសលើផ្នែកសង្គម"**។ សេវាកម្មស្នាក់នៅ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន សេវាកម្មម្ហូបអាហារ និងប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ទាំងអស់ត្រូវគិតគូរពីនិរន្តរភាពនៃការធ្វើធុរកិច្ចរបស់ខ្លួន ដែលមិនគ្រាន់តែអាស្រ័យលើនិរន្តរភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ តែមួយមុខប៉ុណ្ណោះទេ តែក៏អាស្រ័យលើនិរន្តរភាពផ្នែកសម្បត្តិវប្បធម៌ និងធនធានធម្មជាតិផងដែរដោយអាចចាប់ផ្តើមគិតគូរពីការសន្សំសំចៃការប្រើប្រាស់ថាមពល និងការប្រើប្រាស់ថាមពលក្នុងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ជាដើម។ល។

ដូច្នេះការបង្កើតស្តង់ដារថ្នាក់ធុរកិច្ចបៃតងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ គឺជាគំនិតផ្តួចផ្តើមក្នុងគោលបំណងលើកកម្ពស់ធុរកិច្ចបៃតង និងគុណភាពសេវាល្អក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។

ផែនការមេតម្រូវឱ្យមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ទាំងអស់នៅខេត្តសៀមរាបត្រូវអនុវត្តឱ្យស្របតាម លក្ខខណ្ឌតម្រូវ នៃស្តង់ដាបៃតងក្នុងនោះមាន : "ស្តង់ដារថ្នាក់សម្តេចតេជោធុរកិច្ចបៃតង ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍" និង "ស្តង់ដាបៃតងក្នុងឧស្សាហ៍កម្មទេសចរណ៍" (កម្រិតកម្ពុជា និងអាស៊ាន)។

**ទិសដៅ :** ការកំណត់ទិសដៅស្តង់ដាបៃតងក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបគឺ ត្រឹមឆ្នាំ២០៣០ គ្រប់អាជីវកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបត្រូវមានការទទួលស្គាល់កម្រិតតាមស្តង់ដាកម្ពុជា និងអាស៊ានយ៉ាងហោចណាស់ **៥0%** នៃអាជីវកម្មទេសចរណ៍សរុប និងឱ្យបាន**១00%** នៅត្រឹមឆ្នាំ២០៣៥។

### ៣- ផលិតផលទេសចរណ៍ម៉ាយ[5] (MICE)

ខេត្តសៀមរាបមានអំណោយផលខ្ពស់ក្នុងការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ដោយផ្អែកលើព្រឹត្តិការណ៍ សន្និសីទ និងកិច្ចប្រជុំនានា ដែលអាចទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិឱ្យមានភាពចម្រុះកាន់តែច្រើន បង្កើនការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវទេសចរ។

ត្រង់ចំណុចនេះ គឺចាំបាច់ខ្លាំងណាស់ក្នុងការបង្កើតព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍នានាសម្រាប់បង្កើនភាពប្រកួតប្រជែងទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប។ ផលិតផលទេសចរណ៍ប្រភេទនេះអាចរៀបចំឡើងដោយពាក់ព័ន្ធទាំងព្រឹត្តិការណ៍ក្នុងស្រុក ឬព្រឹត្តិការណ៍កម្រិតតំបន់ និងពិភពលោកដែលអាចជា : **១).** ព្រឹត្តិការណ៍ម្តងម្កាល ដូចជាការធ្វើជាម្ចាស់ផ្ទះព្រឹត្តិការណ៍កីឡាធំៗ ឬសន្និសីទអន្តរជាតិ ដែលគេតែងប្រារព្ធធ្វើឡើង នៅក្នុងប្រទេសផ្សេងៗជារៀងរាល់ឆ្នាំ, **២).** ព្រឹត្តិការណ៍ទៀងទាត់ជារៀងរាល់ឆ្នាំ ដូចជាព្រឹត្តិការណ៍អង្គរសង្ក្រាន្ត មហោស្រពវប្បធម៌អន្តរជាតិ តន្ត្រី បុណ្យម្ហូបអាហារ ការប្រកួតកីឡា។ល។

ដើម្បីឱ្យខេត្តសៀមរាបក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ម៉ាយ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ទាក់ទាញឱ្យមានព្រឹត្តិការណ៍ម្តងម្កាល**

ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញទេសចរមកកាន់សៀមរាបឱ្យកាន់តែច្រើន ខេត្តសៀមរាបត្រូវរៀបចំឱ្យមានព្រឹត្តិការណ៍ម្តងម្កាលរួមមាន: **១).** ព្រឹត្តិការណ៍ ឬកិច្ចប្រជុំ សិក្ខាសាលាលក្ខណៈជាតិ តំបន់ និងអន្តរជាតិ (ទីតាំងទទួលរៀបចំម៉ាយ), **២).** ព្រឹត្តិការណ៍ពេលយប់នៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរ, ផែនការមេ តម្រូវឱ្យមានការរៀបចំកម្មវិធីសកម្មភាពកម្សាន្តពេលយប់ក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរ ដែលមានលក្ខណៈ : **ក).** រៀបចំកម្មវិធី ឬព្រឹត្តិការណ៍ពិសេសៗពេលយប់នៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរ សម្រាប់ប្រភេទព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍លំដាប់ខ្ពស់ (ជាពិសេសនៅរដូវពុំសូវមានភ្ញៀវ), **ខ).** រៀបចំជាការប្រគុំតន្ត្រីពិសេសៗដែលមានបញ្ចូលលក្ខណៈសិល្បៈ និងតន្ត្រីខ្មែរ ក្នុងរយៈពេលពិសេសៗណាមួយក្នុងមួយឆ្នាំៗ និង **គ).** រៀបចំជាព្រឹត្តិការណ៍កម្រិតខ្ពស់ៗ គាំទ្រឱ្យកម្មវិធីម៉ាយធំៗប៉ុណ្ណោះ។

**សូមបញ្ជាក់រាល់សកម្មភាពម្តងម្កាលនៃព្រឹត្តិការណ៍ពេលយប់ ក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរត្រូវកំណត់រៀបចំដោយអាជ្ញាធរជាតិអប្សរា។**

---

[5] *ទេសចរណ៍ម៉ាយ (MICE) ផ្តោតលើ ព្រឹត្តិការណ៍ សន្និសីទ និងកិច្ចប្រជុំនានា។*

ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប។ ក្នុងក្រុមការងារអន្តរក្រសួងនេះ ត្រូវមានវិស័យឯកជន (គួរមានការបង្កើតសមាគមទេសចរណ៍ជនបទនិងកសិ-ទេសចរណ៍)។

ទន្ទឹមនឹងនោះ យើងក៏ចាំបាច់ត្រូវការ ការចូលរួមពីអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលផងដែរ នៅក្នុងខេត្តសៀមរាប ពីព្រោះថាដើម្បីធានាឱ្យបាននូវការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ជនបទគឺត្រូវការនូវចំណេះដឹង និងផ្ទេរបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការរៀបចំ និងអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍បម្រើក្នុងសកម្មភាពទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ធ្វើពិពិធកម្ម និងធ្វើទំនើបកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍**

ផ្អែកលើការវាយតម្លៃសក្តានុពលនៃធនធានទេសចរណ៍ជនបទ តំបន់អាទិភាពសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ជនបទដែលនឹងទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរមកកាន់ខេត្តសៀមរាប ពិសេសស្ថិតក្នុងតំបន់២ តំបន់បន្ទាយស្រី និងតំបន់ជុំវិញ និងតំបន់ដែលស្ថិតនៅតាមបណ្តោយទន្លេសាប។ នាពេលអនាគតខេត្តសៀមរាបអាចក្លាយជាកន្លែងទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរសម្រាកជិះកង់ ក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរ ជិះរទេះគោក្នុងតំបន់បន្ទាយស្រី សកម្មភាពកីឡាផ្សារភ្ជាប់នឹងប្រពៃណី...។ល។ ខេត្តសៀមរាបជាកន្លែងទេសចរបែបសម្រាកលំហែនៅតាមកសិដ្ឋាន និងភូមិកន្លែងដំណើរទេសចរណ៍បែបអប់រំ ដំណើរទេសចរណ៍ចំណាប់អារម្មណ៍ពិសេស ផ្តោតលើការថតរូប និងកសិ-ទេសចរណ៍។ល។

លើសពីនេះទៀត ភ្ញៀវទេសចរកាន់តែពឹងផ្អែកលើបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីទទួលបានព័ត៌មាន។ ផលិតផលទេសចរណ៍នៅតាមទីជនបទអាចត្រូវបានធ្វើឱ្យរស់រវើកដោយប្រើបច្ចេកទេសបកប្រែថ្មី ដើម្បីទាក់ទាញ និងបំពេញតាមការរំពឹងទុករបស់ទីផ្សារថ្មី និងបច្ចុប្បន្នដែលទាមទារឱ្យមានការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យា ក្នុងការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : ធានាគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍** តាមរយៈការអនុវត្តស្តង់ដាគុណភាពទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍ដោយត្រូវគោរពតាមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរួមមាន : **១). លក្ខខណ្ឌ :** ការបង្ហាញពីវិធានការថែទាំ និងអនាម័យនៃទីតាំងអាជីវកម្ម, **២). ផាសុកភាពនៃរាងកាយ និងបុគ្គល :** គុណភាពនៃសេវាកម្មទេសចរណ៍ និងអនាម័យរបស់បុគ្គលិកផ្តល់សេវាកម្ម, **៣). សេវាកម្ម និងបដិសណ្ឋារកិច្ច :** ផ្តល់ជូនដល់ភ្ញៀវបានល្អ, **៤). ការយកចិត្តទុកដាក់លើការផ្តល់បទពិសោធន៍ជូនភ្ញៀវទេសចរ :** ការរៀបចំសកម្មភាពជាក់ស្តែង ដើម្បីធានាផ្តល់នូវបទពិសោធន៍ដល់ភ្ញៀវទេសចរ និងគោរពតាមស្តង់ដាហើយអនុវត្តជូនដល់ភ្ញៀវទេសចរទាំងអស់បានដូចៗគ្នាមិនមានការរើសអើង, **៥). ផ្តល់ជម្រើស និងភាពងាយស្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់របស់ភ្ញៀវទេសចរ :** បទពិសោធន៍របស់ភ្ញៀវត្រូវបានពង្រឹងតាមរយៈជម្រើស (ជម្រើសមានភេសជ្ជៈនៅក្នុងបន្ទប់ ឬជម្រើសសីតុណ្ហភាពក្នុងបន្ទប់ស្នាក់នៅ។ល។), **៦). ភាពស្អាត** និង **៧). បង្កើតឡូហ្គោ :** ទេសចរណ៍ជនបទសម្រាប់ខេត្តសៀមរាប។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤ : បង្កើនការយល់ដឹងរបស់ភ្ញៀវទេសចរ**

ការបង្កើនការយល់ដឹងរបស់ភ្ញៀវទេសចរនេះតម្រូវឱ្យមានសកម្មភាព ដូចជា : **១).** បង្កើតផ្នែកជនបទ/ទេសចរណ៍ និងកសិ-ទេសចរណ៍នៅលើគេហទំព័រផ្លូវការរបស់ទេសចរណ៍កម្ពុជា, **២).** ធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប និងបង្កើនវត្តមានការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍លើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម, **៣).** រៀបចំដំណើរទស្សនកិច្ចណែនាំគោលដៅទេសចរណ៍ (Familiarization Trip) សម្រាប់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរួមទាំងអ្នកសរសេរ Blog, **៤).** ភ្ជាប់បណ្តាញជាមួយភាគីទេសចរណ៍ជំនាញខាងទេសចរណ៍ជនបទ, **៥).** រៀបចំកម្មវិធីទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃ ស្តីពីផ្លូវទេសចរណ៍បើកបរដោយខ្លួនឯង ទៅកាន់តំបន់ទេសចរណ៍ និងកសិ-ទេសចរណ៍, **៦).** ការរៀបចំ និងបង្កើតកម្មវិធី

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ទាក់ទាញឱ្យមានព្រឹត្តិការណ៍ទៀងទាត់**

ត្រង់ចំណុចនេះ ទំហំនៃការប្រមូលផ្តុំរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ ឬពិធីបុណ្យនានានៅក្នុងគោលដៅទេសចរណ៍គួរមានលក្ខណៈរៀបចំដោយទៀងទាត់ជារៀងរាល់ឆ្នាំ ពិតជាមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរឱ្យមកម្តងហើយម្តងទៀត។ **ឧទាហរណ៍÷** ព្រឹត្តិការណ៍កីឡាមានការរៀបចំជួបជុំគ្នាដោយទៀងទាត់ ដូចជា ព្រឹត្តិការណ៍ម៉ារ៉ាតុងសៀមរាប និង ព្រឹត្តិការណ៍រត់ប្រណាំងឆ្លងឧបសគ្គចម្ងាយឆ្ងាយ ជាដើម។ មួយវិញទៀត ព្រឹត្តការណ៍ទេសចរណ៍ និងវប្បធម៌ **"អង្គរសង្ក្រាន្ត"** ដែលរៀបចំឡើងដោយសហភាពសហព័ន្ធយុវជនកម្ពុជាក្នុងឱកាសនៃពិធីបុណ្យចូលឆ្នាំប្រពៃណីជាតិខ្មែរ។ ដូច្នេះផែនការមេ កំណត់ឱ្យមានកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងអភិវឌ្ឍព្រឹត្តិការណ៍កីឡាដែលមានលក្ខណៈជាការជួបជុំគ្នាទៀងទាត់នេះឱ្យបានច្រើន ដោយត្រូវរៀបចំមានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រសម្រាប់ការរៀបចំបែបនេះ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣: អភិវឌ្ឍន៍សម្បទាហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រផលិតផលទេសចរណ៍ម៉ាយ**

ខេត្តសៀមរាបគួរបង្កើតឱ្យមានសម្បទាហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រដល់ការទាក់ទាញទេសចរណ៍ ម៉ាយដោយចាំបាច់ត្រូវ : **១).** ទាក់ទាញវិនិយោគទីតាំងសាលរៀបចំកិច្ចប្រជុំកម្រិតអន្តរជាតិ និងកន្លែងតាំងពិព័រណ៍ កម្រិតអន្តរជាតិមួយនៅតំបន់រណបនៃក្រុងសៀមរាប (ក្នុងរយៈពេលខ្លី និងមធ្យម) និងក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មី (ក្នុងរយៈពេលមធ្យម និងវែង) និង **២).** រៀបចំយន្តការសម្របសម្រួលបង្កលក្ខណៈងាយស្រួល និងលើកទឹកចិត្តទាក់ទាញក្រុមហ៊ុនដែលរៀបចំជាតិ និងអន្តរជាតិ រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍កិច្ចប្រជុំសន្និសីទ និងពិព័រណ៍មកខេត្តសៀមរាប។ ក្នុងន័យនេះ ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា (សាខាខេត្តសៀមរាប) ត្រូវដើរតួនាទីជាយន្តការសម្របសម្រួលនោះ។

## ៤- ផលិតផលទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍

យុទ្ធសាស្ត្រនេះ បង្កើតជាផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអនុវត្តដើម្បីទាញយកប្រយោជន៍ពីគុណសម្បត្តិនៃតំបន់ជនបទខេត្តសៀមរាបដើម្បីផ្តល់ឱកាសដល់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ អាចចាប់យកសក្តានុពលនិងសកម្មភាពថ្មីក្នុងការ **"មើល"** និង **"ធ្វើ"** ក្នុងដំណើរទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍ ។ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ជនបទនេះ មានគោលដៅធ្វើពិពិធកម្មទេសចរណ៍ **(សៀមរាបក្រៅពីប្រាសាទ)** ដើម្បីរួមបញ្ចូលគ្នារវាងការផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់ និងការផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍ ដែលត្រូវបង្កើតថ្មីតែម្តង។

គោលបំណងសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍ក្នុងខេត្តសៀមរាប គឺដើម្បីបង្កើនជម្រើសជូនភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ ដោយត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ធ្វើសមាហរណកម្មក្នុងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិអភិវឌ្ឍជនបទ**

ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប ត្រូវចាំបាច់ធ្វើសមាហរណកម្មឱ្យស៊ីគ្នាក្នុងផែនការជាតិអភិវឌ្ឍជនបទ។ សកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រនេះតម្រូវឱ្យមានកិច្ចសហការយ៉ាងស្អិតរមួតរវាងអាស្ថាប័នទទួលបន្ទុកទេសចរណ៍ ទទួលបន្ទុកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ទទួលបន្ទុកកសិកម្ម និងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ ទទួលបន្ទុកការអប់រំ។ល។ ដើម្បីឱ្យការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ជនបទនេះគាំទ្រដល់គោលដៅកំណើនសេដ្ឋកិច្ចជាតិ និងសេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន ចូលរួមកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រគួរមានក្រុមការងារអន្តរក្រសួងមួយចំណុះឱ្យគណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ (ប្រើប្រាស់យន្តការគណៈកម្មាធិការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចររណ៍ខេត្តសៀមរាប-អង្គរ) និងមានគណៈកម្មការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបជាសេនាធិការ ដើម្បីសម្របសម្រួលសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍

លើកទឹកចិត្តក្រោយទស្សនា ដូចជាក្រុមចែករំលែកព័ត៌មានតាមហ្វេសប៊ុក ឬក្រុម WeChat, WhatsApp អាចហៅថា **"មិត្តភក្តិរបស់សៀមរាប"** ដើម្បីចែករំលែកព័ត៌មានអំពីផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ដើម្បីលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការមកទស្សនាម្តងទៀត និង **៧).** អនុវត្តតាមវិធីសាស្ត្រទាក់ទាញទីផ្សារទេសចរណ៍ដែលបានកំណត់គោលដៅច្បាស់លាស់តាមរយៈ **"បង្កើតថ្ងៃនៃទេសចរណ៍ជនបទនៅខេត្តសៀមរាប"** ជាព្រឹត្តិការណ៍ដែលត្រូវបង្កើតឡើងដោយសហការជាមួយក្រសួងកសិកម្មរុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងក្រសួងអភិវឌ្ឍជនបទ ដើម្បីលើកកម្ពស់សកម្មភាពកសិកម្មផ្សារភ្ជាប់ជាមួយភ្ញៀវទេសចរ និងដើម្បីលើកកម្ពស់ខេត្តសៀមរាប ជាគោលដៅទេសចរណ៍ កសិ-ទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍ជនបទ។ ទន្ទឹមនឹងនោះ ត្រូវមានការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍នៅតាមទីតាំងទេសចរណ៍នៅតាមភូមិ ដោយមានសេវាកម្មផ្តល់ជូនភ្ញៀវទេសចរ ដូចជាស្វែងយល់ចំណេះធ្វើក្នុងមូលដ្ឋាន និងការសាកល្បងធ្វើ អមជាមួយកម្មវិធីកម្សាន្តផ្សារភ្ជាប់នឹងការសិក្សាផងដែរ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៥ : លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការចូលរួមរបស់សហគមន៍មូលដ្ឋាន**

ការចូលរួមរបស់សហគមន៍គួរតែត្រូវបានធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងតាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាល និងពង្រឹងសមត្ថភាពនៅក្នុង : **១).** ការបង្កើតផែនការអាជីវកម្ម (បង្កើតផែនទីបង្ហាញផ្លូវសម្រាប់សហគ្រាសនៅតាមជនបទ), **២).** ការធ្វើអក្ខរកម្មឌីជីថលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដល់ប្រជាសហគមន៍ (ការកក់ទុក) និងទំនាក់ទំនងអតិថិជន, ការធ្វើទីផ្សារតាមអ៊ីនធឺណិតរបស់ផលិតផលទេសចរណ៍ជនបទ, **៣).** អភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍ ដោយផ្តល់បទពិសោធន៍ប្រកបដោយគុណភាព និង **៤).** ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុឱ្យមាននិរន្តរភាព។

សហគ្រិនជនបទនាពេលបច្ចុប្បន្ន និងអនាគតគួរតែត្រូវបានគាំទ្រជាមួយនឹងសេវាកម្មប្រឹក្សាអាជីវកម្ម ជាច្រកចេញចូលតែមួយដែលអាចជួយសហគ្រិនទេសចរណ៍នៅតាមជនបទក្នុងនោះ : **១).** វាយតម្លៃផ្អែកជំនាញ និងសមត្ថភាពរបស់សហគ្រិន និង **២).** ជួយដល់សហគមន៍មូលដ្ឋានអាចបង្កើតសហគ្រាស រួមមានការជួយពួកគេក្នុងការធ្វើឯកសារផ្លូវការ និងការចុះឈ្មោះជាផ្លូវការ ការអភិវឌ្ឍផែនការអាជីវកម្ម កំណត់ប្រភពហិរញ្ញវត្ថុ ការបណ្តុះបណ្តាល និងកំណត់ប្រភេទតម្រូវការបណ្តុះបណ្តាលចាំបាច់អមជាមួយការណែនាំលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យគុណភាព និងការបង្កើតឱ្យមានជាសមាគមទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៦ : បង្កើតមូលនិធិគាំទ្រទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍**

បង្កើតគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការផ្តល់ថវិកាដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍ក៏ដូចជាការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់កម្មវិធីការទទួលខុសត្រូវសង្គមរបស់ក្រុមហ៊ុន ជួយដល់ការអភិវឌ្ឍជនបទ និងគួរដាក់សាកល្បងក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ក្នុងខេត្តសៀមរាប។ ទន្ទឹមនឹងនោះ លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានគាំទ្រដល់សកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ជនបទតាមរយៈ**ធនាគារអភិវឌ្ឍជនបទ និងកសិកម្ម ឬធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម**។

### ៥- ផលិតផលទេសចរណ៍កីឡា

ផលិតផលទេសចរណ៍កីឡា ជាផ្នែកមួយសំខាន់នៃយុទ្ធសាស្ត្រពិពិធកម្មដល់វិស័យទេសចរណ៍ នៅខេត្តសៀមរាប។ ខេត្តសៀមរាបមានសក្តានុពលខ្ពស់ខាងផ្នែកកីឡាទេសចរណ៍ជាលក្ខណៈបែបខាងក្រៅពិសេសយុទ្ធសាស្ត្រនេះគឺព្រឹត្តិការណ៍រត់ពាក់កណ្តាលម៉ារ៉ាតុង។

**ព្រឹត្តិការណ៍រត់ពាក់កណ្ដាលម៉ារ៉ាតុង : ខេត្តសៀមរាបទទួលបានជោគជ័យក្នុងការរៀបចំនូវព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍កីឡាពិសេសព្រឹត្តិការណ៍រត់ម៉ារ៉ាតុងធំៗគឺ ១).** ព្រឹត្តិការណ៍រត់ប្រណាំងម៉ារ៉ាតុងចក្រភពខ្មែរ, **២).** ព្រឹត្តិការណ៍រត់ប្រណាំងឆ្លងឧបសគ្គចម្ងាយឆ្ងាយ និង **៣).** ព្រឹត្តិការណ៍រត់ប្រណាំងពាក់កណ្ដាលម៉ារ៉ាតុងអន្តរជាតិ។ ដើម្បីសម្រេចយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : បង្កើតព្រឹត្តិការណ៍ឬសកម្មភាពកីឡាទាក់ទាញបន្ថែមទៀត**

ផ្អែកលើបទពិសោធន៍អន្តរជាតិ បានបង្ហាញថាខេត្តសៀមរាបគួរបង្កើតឱ្យមានកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចកីឡា ដោយត្រូវរួមបញ្ចូលគ្នានូវសកម្មភាពកីឡាជាច្រើនផ្ដុំជាមួយសកម្មភាពកម្សាន្តដ៏សម្បូរបែប (ការបរិភោគអាហារ ស្ប៉ា កន្លែងហាត់ប្រាណសុខភាព កីឡា និងការគយគន់ទេសភាព ។ល។ ទន្ទឹមនេះ សកម្មភាពមួយចំនួនដែលផែនការមេដាក់ចេញរួមមាន : **១). បង្កើតឱ្យមានព្រឹត្តិការណ៍កីឡាធំៗ :** ការប្រកួតប្រជែងក្នុងវិស័យវប្បធម៌អាចបង្កើតបានជានវានុវត្តន៍ទាក់ទងនឹងផលិតផលទេសចរណ៍។ ព្រឹត្តិការណ៍នវានុវត្តន៍ **"វប្បធម៌ប្រឡងប្រណាំង"** នេះអាចត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយបែងចែកជាច្រើនដំណាក់កាលដែលចែកជា **"ទិដ្ឋភាពវប្បធម៌"** ដែលត្រូវនឹងការទាក់ទាញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និង **២). បង្កើតវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយម៉ាកផលិតផលទេសចរណ៍កីឡានៅខេត្តសៀមរាបដោយផ្អែកលើកេរ្តិ៍ឈ្មោះខេត្ត:** ដោយមើលឃើញពីទិដ្ឋភាពបេតិកភណ្ឌការពារ និងទិដ្ឋភាពធម្មជាតិ នៃខេត្តសៀមរាបចាំបាច់ត្រូវដាក់ចេញនូវស្លាកសញ្ញានៃព្រឹត្តិការណ៍កីឡាទេសចរណ៍ខេត្ត ដើម្បីបង្កើតអត្តសញ្ញាណផ្ទាល់ចំពោះព្រឹត្តិការណ៍នេះ (កូដពណ៌ កាលបរិច្ឆេទតែមួយគត់នៅក្នុងប្រតិទិនដើម្បីកំណត់ព្រឹត្តិការណ៍ ការបង្កើតម៉ាកផលិតផល និងបង្កើតគំនូសតាងក្រាហ្វិកនៃការរត់ប្រណាំងសម្រាប់ផលិតផលនាពេលអនាគត)។ ទាំងអស់នេះ សំដៅការលើកស្ទួយគុណតម្លៃខេត្តសៀមរាបតាមរយៈការផ្សារភ្ជាប់ព្រឹត្តិការណ៍ទៅនឹងទីកន្លែង។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : បង្កើតនូវផលិតផលទេសចរណ៍កីឡាផ្សេងៗទៀត**

ខេត្តសៀមរាប អាចរៀបចំរួមមាន : **១).** សកម្មភាពទេសចរណ៍ ឡើងភ្នំ និងដើរព្រៃនៅក្នុងឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន, **២). ការជិះកង់កម្សាន្ត, ៣). ការជិះកង់លើភ្នំ, ៤). សកម្មភាពកីឡា នៅបឹងទន្លេសាប, ៥). ការបង្ហាញគុនល្បុក្កតោ** និង **៦). ការវិនិយោគលើទីលានវាយកូនហ្គោលកម្រិតអន្តរជាតិ។**

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : ជំរុញ និងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កីឡាខាងក្នុង**

ទន្ទឹមនឹងការជំរុញនិងអភិវឌ្ឍន៍សកម្មភាពទេសចរណ៍កីឡាខេត្តសៀមរាបគួរជំរុញ និងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កីឡាខាងក្នុង ផងដែរ ដែលអាចទាក់ទាញប្រភេទភ្ញៀវទេសចរផ្សារភ្ជាប់នឹងកីឡាពិសេសប្រភេទទេសចរយុវជនទាំងក្នុង និងក្រៅស្រុក។ ក្នុងន័យនេះ នៅក្នុងរយៈពេលមធ្យម និងវែង ត្រូវកំណត់ឱ្យមានការកសាងកីឡាដ្ឋានមួយ។ ការអភិវឌ្ឍសកម្មភាពទេសចរណ៍កីឡាលក្ខណៈខាងក្នុង អាចនឹងទាក់ទាញប្រភេទភ្ញៀវទេសចរកម្រិតខ្ពស់ និងប្រភេទទេសចរយុវជន (ទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិ)។

## ៦- ផលិតផលទេសចរណ៍វ័យចំណាស់-ទេសចរណ៍សុខភាព និងទេសចរណ៍ផ្ទះទីពីរ

ការលើកកម្ពស់វិស័យទេសចរណ៍សម្រាប់មនុស្សវ័យចំណាស់ នឹងផ្ដល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់វិស័យផ្សេងៗទៀតដូចជាវិស័យសុខាភិបាល វិស័យសុខភាព និងវិស័យវេជ្ជសាស្ត្រ និងជំរុញកំណើននៅក្នុងវិស័យពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត (ដូចជា ទេសចរណ៍ជនបទ កសិ-ទេសចរណ៍ ដែលភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់ចូលចិត្ត)។ យុទ្ធសាស្ត្ររួមដែលដាក់ចេញសម្រាប់វិស័យទាំងនេះនៅខេត្តសៀមរាប គឺត្រូវអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍វ័យចំណាស់ផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងទេសចរណ៍

សុខភាព និងទេសចរណ៍ផ្ទះទីពីរជាមួយគ្នា ក៏ដូចជាភ្ជាប់ជាមួយទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ និងអេកូទេសចរណ៍ផងដែរ។ ដើម្បីសម្រេចយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : បង្កើតដំណើរទស្សនកិច្ចសិក្សាសម្រាប់ទេសចរណ៍វ័យចំណាស់ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត**

កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចសម្រាប់ទេសចរវ័យចំណាស់គឺជាការរួមផ្សំរវាងការរៀនសូត្រផ្សារភ្ជាប់នឹងសកម្មភាពទេសចរណ៍។ ភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់ នឹងចូលរៀនវគ្គខ្លីៗនៅសាកលវិទ្យាល័យនៅខេត្តសៀមរាប ដែលទទួលការវាយតម្លៃជាសាកលវិទ្យាល័យសម្រាប់ទេសចរវ័យចំណាស់ (U3As) [6] ដែលអាចស្វែងយល់ពីបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ប្រពៃណីខ្មែរ ក្បាច់គុនល្បុក្កតោ កសិកម្ម ធម្មជាតិ ម្ហូបអាហារក្នុងតំបន់ ផ្សារភ្ជាប់ជាមួយដំណើរកម្សាន្តទៅកាន់ទីតាំងផ្ទាល់ ក្នុងអំឡុងពេលស្នាក់នៅរបស់ពួកគេ។

ខេត្តសៀមរាប ត្រូវបង្កើតបរិយាកាសអំណោយផលជូនភ្ញៀវទេសចរដែលមានការចំណាយខ្ពស់ក្នុងការប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ឱ្យកាន់តែប្រសើរ។ ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍វ័យចំណាស់នឹងមានសកម្មភាព ដូចជា **១)**. បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រទេសចរណ៍ជនបទសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់ រៀបចំ ឬកែសម្រួលផលិតផលទេសចរណ៍ជនបទទាក់ទាញសម្រាប់ទីផ្សារនេះ, **២)**. បង្កើតឱកាសសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់ក្នុងការទិញផលិតផលម្ហូបអាហារ ដែលមានសុវត្ថិភាព ផលិត និងកែច្នៃដោយសមាជិកសហគមន៍កសិកម្ម សហគមន៍នេសាទ សហគមន៍ព្រៃឈើ និងសហគមន៍សុខភាពសត្វនិងផលិតកម្មសត្វ។ល។, **៣)**. បង្កើនឱកាសសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់ក្នុងការទិញអចលនទ្រព្យ ដោយផ្តល់ជូននូវបរិវេណដែលមានគុណភាពល្អ រួមជាមួយនូវសម្ភារបរិក្ខារដែលត្រូវបានសម្រួលសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់ និង **៤)**. ជំរុញបង្កើត និងផ្សព្វផ្សាយប្រភេទផលិតផលលើកកម្ពស់សុខភាពរបស់ភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់ដូចជា ផលិតផលសម្រស់ ផលិតផលសុខភាព, ស្ប៉ា និងម៉ាស្សាសុខភាពស្របតាមស្តង់ដាជាតិ និងអាស៊ាន។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : អភិវឌ្ឍន៍ព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍វ័យចំណាស់នៅខេត្តសៀមរាប**

ដើម្បីធ្វើឱ្យខេត្តសៀមរាបលេចធ្លោលើការទទួលភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់ កត្តាសំខាន់គឺត្រូវរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិ។ ការអភិវឌ្ឍព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍វ័យចំណាស់នៅខេត្តសៀមរាបនឹងមានសកម្មភាពរួមមាន : **១)**. រៀបចំពិព័រណ៍ទេសចរណ៍វ័យចំណាស់អន្តរជាតិនៅខេត្តសៀមរាប និងដំណើរការពិព័រណ៍នេះឱ្យបានទៀងទាត់ ដោយត្រូវប្រមូលសមាសភាពពីភាគីពាក់ព័ន្ធ ម្ចាស់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ ការីទេសចរណ៍ សណ្ឋាគារ អាកាសចរណ៍ សម្ព័ទាថែទាំសុខភាព អ្នកអភិវឌ្ឍអចលនទ្រព្យ។ល។, **២)**. បង្កើតសន្និសីទអន្តរជាតិស្តីពីទេសចរវ័យចំណាស់ ដែលនឹងត្រូវប្រារព្ធធ្វើឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំ ដោយសហការជាមួយបណ្តាញសាកលវិទ្យាល័យសម្រាប់ទេសចរវ័យចំណាស់។ ក្នុងន័យនេះ ក្រសួងទេសចរណ៍ ឬសាកលវិទ្យាល័យក្នុងខេត្តសៀមរាបអាចចូលជាសមាជិកក្នុងបណ្តាញសាកលវិទ្យាល័យសម្រាប់ទេសចរវ័យចំណាស់, **៣)**. រៀបចំសន្និសីទអន្តរជាតិសមាគមអន្តរជាតិនៃសាកលវិទ្យាល័យសម្រាប់ទេសចរវ័យចំណាស់ (AIUTA) នៅខេត្តសៀមរាប គួរធ្វើឡើងជាទៀងទាត់ យ៉ាងហោច ១ដងក្នុងមួយឆ្នាំ។ សន្និសីទនេះ គឺជាឱកាសដើម្បីបង្ហាញជូននូវកញ្ចប់ដំណើរទស្សនកិច្ចសិក្សាសម្រាប់មនុស្សវ័យចំណាស់នៅក្នុងខេត្តសៀមរាប និង **៤)**. រៀបចំម្ការតាំងពិព័រណ៍ និងសិក្ខាសាលាអន្តរជាតិស្តីពី "ទេសចរណ៍សុខភាព" នៅខេត្តសៀមរាប។

[6] U3As =University of the Third Age

**- សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់**

ដើម្បីធ្វើឱ្យមានការទាក់ទាញដល់ភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់ចាំបាច់ត្រូវគិតគូរពីការបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរ រួមមាន : **១).** សម្រួលឱ្យមានទិដ្ឋាការរយៈពេលវែង និងចេញចូលច្រើនដងសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់, **២).** លើកទឹកចិត្តដល់ការអភិវឌ្ឍការបណ្តាក់ទុនរួមគ្នាជាអន្តរជាតិ លើវិស័យទេសចរណ៍វេជ្ជសាស្ត្រពិសេសបង្កើតឱ្យមានមជ្ឈមណ្ឌលសុខភាព និងមន្ទីរពេទ្យវេជ្ជសាស្ត្រ និងគ្លីនិកកម្រិតស្តង់ដា, **៣).** ការសម្រួលសម្បទាទ្រទ្រង់ទេសចរណ៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ត្រូវមានការគិតគូរការបម្លាស់ទី និងការធ្វើដំណើរភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់ក្នុងការចូលទៅដល់, **៤).** បង្កើតឱ្យមានសារមន្ទីរ ឬសកម្មភាពបង្ហាញអំពីវប្បធម៌ ប្រពៃណី សាសនា របៀបរបបរស់នៅ ម្ហូបអាហារដល់ភ្ញៀវទេសចរ និងមានជាការរៀបចំជាថ្នាក់បង្រៀន, **៥).** បង្កើតឱ្យមានទីតាំងសមាធិនៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរ និងឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន។ល។, **៦).** សិក្សារៀបចំឡាបិលបញ្ជាក់គុណភាពសម្រាប់សម្គាល់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ដែលមាន “**ភាពជិតស្និទ្ធជាមួយភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់**” ដើម្បីទទួលស្គាល់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ដែលអាចសម្រួលផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ខ្លួនស្របតាមតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរវ័យចំណាស់។ ឡាបិលគុណភាពនេះ នឹងត្រូវប្រគល់ជូនប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ដែលបំពេញតាមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដែលបានព្រមព្រៀង ហើយពួកគេអាចប្រើស្លាកឡាបិលនេះសម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយទីផ្សាររបស់ពួកគេ, **៧).** បង្កើតកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិរវាងការីទេសចរណ៍ រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ និងសណ្ឋាគារក្នុងខេត្តសៀមរាបជាមួយការីទេសចរណ៍បរទេស (ក្រៅស្រុក) និងស្ថាប័ននានាដែលផ្តោតលើការនាំភ្ញៀវទេសចរមានអាយុលើសពី ៥០ ឆ្នាំ និង **៨).** បង្កើតតំបន់ទេសចរណ៍ពិសេសឱ្យមាន២ ឬពាក់ន្លែងក្នុងខេត្តសៀមរាប(មួយក្នុងក្រុងសៀមរាបតំបន់ទ្រនាប់ មួយទៀតអាចនៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មី)។

## ផ្នែកទី៣ : យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងទាក់ទាញទេសចរណ៍

បច្ចុប្បន្ន សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយសក្តានុពលវិស័យទេសចរណ៍របស់ខេត្តសៀមរាបនៅមានកម្រិត ទាំងនៅក្រៅប្រទេស និងក្នុងស្រុក ហើយផលិតផលទេសចរណ៍នៅមិនទាន់ធ្វើពិពិធកម្ម និងរៀបចំច្នៃប្រឌិត ទាក់ទាញ ទោះបីជាសេវាកម្មទេសចរណ៍ទទួលបានការពេញចិត្តមួយកម្រិតពីភ្ញៀវទេសចរក៏ដោយ។ ចំពោះការផ្សព្វផ្សាយគោលដៅទេសចរណ៍សៀមរាប-អង្គរ ភាគច្រើនគឺប្រើប្រាស់ភាពល្បីល្បាញរួចជាស្រេច របស់ប្រាសាទអង្គរវត្តក្នុងការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ រីឯតំបន់ផ្សេងទៀតនៅមិនទាន់បានអភិវឌ្ឍ និងផ្សព្វផ្សាយពីសក្តានុពលដែលមាននៅឡើយ។

វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបនៅត្រូវបង្កើនលទ្ធភាពនៃឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែងគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តរបស់ខ្លួន តាមរយៈការដាក់ចេញនូវផែនការមេនេះ ដើម្បីធ្វើការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិឱ្យមកទស្សនា និងកម្សាន្តឡើងវិញឱ្យកាន់តែច្រើន។

តាមចក្ខុវិស័យនៃផែនការមេនេះ ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបត្រូវផ្តោតសំខាន់លើការដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រដែលមានភាពចាំបាច់ និងគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការជំរុញឱ្យទីផ្សារទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបក្លាយជា “**គោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាព**” ក្នុងនោះគឺត្រូវ **១).** ជំរុញការផ្សព្វផ្សាយគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបឱ្យនៅលំដាប់ទីមួយនៅក្នុងតំបន់ និងពិភពលោក, **២).** ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិតាមទីផ្សារអាទិភាព និងទីផ្សារគោលដៅ ព្រមជាមួយនឹងការចាប់យកភ្ញៀវទេសចរជាលក្ខណៈបុគ្គល, ជាលក្ខណៈគ្រួសារ និងលក្ខណៈជាក្រុម

លំដាប់ខ្ពស់ និងមានគុណភាព ដែលចាយច្រើន និងស្នាក់នៅយូរនៅខេត្តសៀមរាប, ៣).ជំរុញលើកទឹកចិត្ត និងទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកឱ្យមកលេងខេត្តសៀមរាបច្រើនផង ដោយបំផុសគំនិត **"ស្រឡាញ់ជាតិ ត្រូវស្គាល់ទឹកដី"**, ៤).ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលដើម្បីជាប្រសិទ្ធភាពក្នុងការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ និង ៥).ពង្រឹងយន្តការស្ថាប័ន និងហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប។

ដូច្នេះ ដើម្បីសម្រេចបានចក្ខុវិស័យនៅឆ្នាំ២០៣៥ គ្រៀមទទួលស្វាគមន៍ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ **៧លាននាក់** និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក ប្រមាណ **១០-១១លាននាក់ សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍**នឹងត្រូវជំរុញឱ្យតែខ្លាំងក្លាជាងមុន។

### ១- ការទាក់ទាញប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗ

ខេត្តសៀមរាបក៏ត្រូវគិតគូរពីការទាក់ទាញប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍គោលដៅដែលមានស្រាប់ និងមានសក្តានុពលឱ្យចំគោលដៅ ដូចនេះត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- ***សកម្មភាពអនុវត្តទី១: ជំរុញការទាក់ទាញទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិសំខាន់ៗ***

ខេត្តសៀមរាបត្រូវចាប់យកទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិធំៗរបស់កម្ពុជា ពិសេសទីផ្សារគោលដៅអាទិភាព ដោយផ្តោតសំខាន់លើទីផ្សារមានសក្តានុពលខ្ពស់ និងកត្តារាំងតិចតួច ក្នុងនោះរួមមាន: **ទីផ្សារទេសចរណ៍អាស៊ាន, ចិន, អាម៉េរិក, អង់គ្លេស, បារាំង, កូរ៉េ, ជប៉ុន, អាល្លឺម៉ង់, អូស្ត្រាលី និងរុស្ស៊ី**ដោយត្រូវទាក់ទាញទីផ្សារទេសចរណ៍លក្ខណៈបុគ្គល និងទេសចរជាក្រុមកម្រិតខ្ពស់មកខេត្តសៀមរាបឱ្យបានច្រើន (ដូចមានរូបភាពទី៧ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។ ដោយសារតែនិយាមទីផ្សារទេសចរណ៍ពឹងផ្អែកលើទីផ្សារខាងក្រៅ និងមានលក្ខណៈបត់បែន និងប្រែប្រួលលឿន ដូច្នេះខេត្តសៀមរាបត្រូវរៀបចំ**ផែនការយុទ្ធសាស្រ្តផ្សព្វផ្សាយ និងទាក់ទាញទេសចរណ៍** របស់ខ្លួនដែលត្រូវធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពស្របតាមការវិវត្តជាក់ស្តែង។

- ***សកម្មភាពអនុវត្តទី២: ជំរុញការទាក់ទាញទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក***

ក្រៅពីទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិសំខាន់ៗ ខេត្តសៀមរាបត្រូវទទួលស្គាល់នូវសក្តានុពលនៃចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងចាប់យកចំណែកទីផ្សារដ៏មានសារៈសំខាន់នេះ តាមរយៈការបន្តជំរុញការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ធំប្រចាំឆ្នាំក្នុងខេត្តសៀមរាបឱ្យបានច្រើន (ឧទាហរណ៍÷ ព្រឹត្តិការណ៍អង្គរសង្ក្រាន្ត, ព្រឹត្តិការណ៍កីឡា, ព្រឹត្តិការណ៍សាសនា។ល។) និងរៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចក្នុងស្រុករៀបចំទុកជាមុនដែលមានតម្លៃសមរម្យ ព្រមជាមួយកម្មវិធីប្លែកៗ ចម្រុះ និងប្រកបដោយគុណភាពសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកកម្រិតខ្ពស់ផងដែរ ដើម្បីលើកទឹកចិត្តប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរគ្រប់រូបអាចមកកម្សាន្តនៅខេត្តសៀមរាប-អង្គរ ស្របនឹងទស្សនៈ **"កើតមកជាខ្មែរ បានមកស្គាល់អង្គរវត្តឱ្យបានមួយដងក្នុងមួយជីវិត"**។

### ២- ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបតាមគ្រប់រូបភាព និងគ្រប់មធ្យោបាយ

ដើម្បីបង្កើនការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ចាំបាច់ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- ***សកម្មភាពអនុវត្តទី១: សិក្សា និងរៀបចំបង្កើតយន្តការស្ថាប័ន ដើម្បីជំរុញការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប*** ក្នុងនោះមាន : ១).ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ (សាខាខេត្តសៀមរាប) ជាអង្គភាពគ្រប់គ្រង សម្របសម្រួល និងជំរុញការសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ក្រោមទម្រង់រដ្ឋ-ឯកជន-ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ និង ២).ពង្រឹងយន្តការប្រមូល និងវិភាគទិន្នន័យស្ថិតិទេសចរណ៍សម្រាប់បម្រើឱ្យការសិក្សាទីផ្សារ, ផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ និងវិនិយោគទេសចរណ៍។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២: បង្កើនការចូលរួមពិព័រណ៍ទេសចរណ៍ ឬព្រឹត្តិការណ៍អន្តរជាតិសំខាន់ៗ និងការរៀបចំទស្សនកិច្ចសិក្សាស្វែងយល់នៅខេត្តសៀមរាប** ក្នុងនោះត្រូវ: ១). បង្កើនការចូលរួមពិព័រណ៍ទេសចរណ៍ ឬព្រឹត្តិការណ៍អន្តរជាតិតាមទីផ្សារអាទិភាព ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយអំពីគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប និង ២). បង្កើនការរៀបចំទស្សនកិច្ចសិក្សាស្វែងយល់ជាលក្ខណៈ Fam Trip និង Press Trip សម្រាប់បណ្ដាញសារព័ត៌មាន និងប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ប្រទេសគោលដៅធំៗ ដូចជា អឺរ៉ុប និងអាស៊ានបូកបី។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣: សិក្សាបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលសន្និបាតខេត្តសៀមរាប និងជំរុញការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ម៉ាយ** ក្នុងនោះត្រូវ: ១). បង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលសម្រាប់ការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិធំៗនៅខេត្តសៀមរាប និង ២). ជំរុញផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ម៉ាយសម្រាប់ទីផ្សារជប៉ុន អាស៊ាន និងទីផ្សារផ្សេងៗទៀត តាមរយៈការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍កិច្ចប្រជុំ និងសន្និសីទប្រចាំឆ្នាំនានា ទាំងកម្រិតតូច មធ្យម និងឈានដល់ការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍កិច្ចប្រជុំសន្និសីទកម្រិតធំៗ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤: ជំរុញការទាក់ទាញវិនិយោគផលិតផលទេសចរណ៍កម្រិតខ្ពស់នៅខេត្តសៀមរាប** តាមរយៈការបង្កើនចំនួនរមណីយដ្ឋាន សណ្ឋាគារ និងភោជនីយដ្ឋានលំដាប់ខ្ពស់បន្ថែមទៀត ដើម្បីត្រៀមទទួលភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិកម្រិតខ្ពស់ និងប្រកបដោយគុណភាព។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៥: ពង្រឹងប្រព័ន្ធចែកចាយព័ត៌មានទេសចរណ៍តាមតំបន់** ដោយបង្កើតជា**បណ្ដាញមជ្ឈមណ្ឌលភ្ញៀវទេសចរខេត្តសៀមរាប** ដែលជាកន្លែងប្រមូលផ្ដុំដោយព័ត៌មានផ្សព្វផ្សាយផលិតផល/គោលដៅទេសចរណ៍ និងសេវាកម្មនៅខេត្តសៀមរាប។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៦: បង្កើនការរៀបចំចងក្រងបោះពុម្ពឯកសារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ជាភាសាអង់គ្លេស បារាំង កូរ៉េ ជប៉ុន និងចិន** ក្នុងនោះមានដូចជាការកែលម្អផែនទីធ្វើដំណើរទៅកាន់គោលដៅនីមួយៗក្នុងខេត្តសៀមរាប និងរៀបចំសៀវភៅម្ហូបអាហារពិសេសៗសម្រាប់ខេត្តសៀមរាបតាមតំបន់ និងសហគមន៍នីមួយៗជាដើម បន្ទាប់មកសហការជាមួយក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប (ពិសេសផ្សព្វផ្សាយដល់ភ្ញៀវទេសចរដែលធ្វើដំណើរមកប្រទេសកម្ពុជា)។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៧: បង្កើនឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែងនៃគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប** តាមរយៈការសិក្សាគោលនយោបាយតម្លៃសំបុត្រអង្គរ ការសិក្សារៀបចំបណ្ណទេសចរណ៍ និងជាកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចរៀបចំទុកជាមុនដែលមានតម្លៃសមរម្យ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៨: បង្កើនកិច្ចសហការជាមួយដៃគូសារព័ត៌មានតាមទូរទស្សន៍ កាសែត ទស្សនាវដ្ដីថ្នាក់ជាតិ និងអន្តរជាតិ** ដែលល្បីល្បាញ ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយពីទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបទៅដល់ទីផ្សារទេសចរណ៍ធំៗ ពិសេសចិន និងកូរ៉េ...។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៩: ជំរុញការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបតាមរយៈការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល (Digital Marketing)**

ដើម្បីបង្កើនសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ស្របតាមការវិវត្តដ៏ឆាប់រហ័សនៃបច្ចេកវិទ្យា និងបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤ សកម្មភាពអនុវត្តមាន: ១). ជំរុញការប្រើប្រាស់ថ្នាលឌីជីថលទេសចរណ៍ល្បីៗ ដោយធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ

ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបឱ្យកាន់តែមានភាពច្នៃប្រឌិតទៅកាន់ពិភពលោក នៅតាមគេហទំព័រល្បីៗនានាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដោយត្រូវការចូលរួមពី **"ឯកអគ្គរដ្ឋទូតសុច្ឆន្ទៈ ឬ ស្ថានតំណាងទេសចរណ៍"**, **២).** សិក្សានូវវិធីសាស្ត្រនានាក្នុងការជំរុញដល់ភ្ញៀវទេសចរ (ឧទាហរណ៍÷ ការសាងសង់ទីតាំងថតរូប #ILoveSiemReap និងបំពាក់ប្រព័ន្ធ Wi-Fi នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ ជាដើម) ចូលរួមផ្សព្វផ្សាយគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបតាមបណ្តាញសង្គម, **៣).** បន្តជំរុញដំណើរគេហទំព័រ និងកម្មវិធីទូរស័ព្ទរបស់ **"Visit Cambodia"** សម្រាប់ទេសចរក្នុងស្រុក ដែលក្រសួងទេសចរណ៍បានរៀបចំគេហទំព័រនេះឡើង ដើម្បីផ្តល់ព័ត៌មានអំពីដំណើរកម្សាន្ត រមណីយដ្ឋាន កន្លែងបរិភោគ កន្លែងស្នាក់នៅ ផ្សារលក់ដូរ និងសេវាកម្មផ្សេងៗ។ល។ និងបន្តជំរុញគេហទំព័រ និងកម្មវិធីទូរស័ព្ទរបស់ **"Kingdom of Wonder"** និងកម្មវិធីទូរស័ព្ទផ្សេងទៀត ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយដល់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ អំពីគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបតាមប្រព័ន្ធឌីជីថល និងទំនើប, **៤).** ជំរុញឱ្យគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គម ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប និង **៥).** ជំរុញយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបតាមអនឡាញ ដោយសហការជាដៃគូជាមួយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ និងវេទិកាអ្នកធ្វើដំណើរអនឡាញ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១០ : សិក្សាបង្កើតម៉ាកទេសចរណ៍សម្រាប់តំបន់ទេសចរណ៍សំខាន់ៗនៅខេត្តសៀមរាប អមជាមួយការប្រើប្រាស់ និងផ្សព្វផ្សាយ "កម្ពុជា : ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ - ផ្តល់ភាពកក់ក្តៅ"**

ខេត្តសៀមរាបមានតំបន់ទេសចរណ៍សក្តានុពលច្រើនទីតាំង ក្នុងនោះគោលដៅទេសចរណ៍សក្តានុពលចំនួន ០៣ ត្រូវសិក្សាបន្ថែម ដើម្បីបង្កើតការផ្សព្វផ្សាយម៉ាកទេសចរណ៍នៅតាមតំបន់នោះ រួមមាន : **១). តំបន់បន្ទាយស្រី** (មានដូចជា ប្រាសាទបន្ទាយស្រី និងតំបន់ជុំវិញប្រាសាទដែលជាតំបន់កម្សាន្តបែបជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍), **២). តំបន់ភ្នំគូលែន** (មានដូចជា ភ្នំធម្មជាតិដែលគ្របដណ្តប់ដោយព្រៃឈើបៃតង និងតំបន់បន្ទាប់បន្សំផ្សេងទៀតដែលពាក់ព័ន្ធនឹងធម្មជាតិ និងសាសនា) និង **៣). តំបន់ទន្លេសាប** (មានដូចជា បឹងទន្លេសាប សហគមន៍ទេសចរណ៍នានា តាមបឹងទន្លេសាបដែលប្រកបរបរនេសាទ គឺជាផលិតផលទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ និងអេកូទេសចរណ៍) (និមិត្តសញ្ញាផ្សព្វផ្សាយម៉ាកគំរូមានភ្ជាប់ក្នុងរូបភាពទី៨ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។ យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយម៉ាកតាមតំបន់ទេសចរណ៍សំខាន់ៗទាំងបីសម្រាប់ខេត្តសៀមរាបនេះ នឹងត្រូវដាក់ផ្សព្វផ្សាយ និងបង្ហាញនៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍នីមួយៗ តាមគ្រប់រូបភាព និងគ្រប់មធ្យោបាយ អមជាមួយការប្រើប្រាស់ និងផ្សព្វផ្សាយ **"កម្ពុជា : ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ - ផ្តល់ភាពកក់ក្តៅ"** ជាភាសាអង់គ្លេស **"Cambodia: Kingdom of Wonder - feel the warmth"** ជាម៉ាកទេសចរណ៍គោលសម្រាប់កម្ពុជា ដើម្បីផ្តល់ជាសារជូនទៅភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ ដែលកំពុងស្វែងរកបទពិសោធន៍ទេសចរណ៍ប្លែកៗតាមតំបន់អាទិភាពនៅខេត្តសៀមរាប។

## ផ្នែកទី៤ : យុទ្ធសាស្ត្រពង្រឹងគុណភាព និងនិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍

ការពង្រឹងគុណភាពទេសចរណ៍ និងនិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប គឺជាកត្តាគន្លឹះសម្រាប់ការពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្ពោះទៅគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាព និងបរិយាបន្ន ចូលរួមឆ្លើយតបប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនឹងបញ្ហាបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ។

ដើម្បីពង្រឹងគុណភាព និងនិរន្តរភាព នៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប ផែនការមេដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រ**ចំនួន ៣** ដូចខាងក្រោម÷

## ១- ការពង្រឹងគុណភាពទេសចរណ៍

តាមការអង្កេតស្ថិតិរបស់ក្រុមការងារ ថ្វីបើសេវាកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបបច្ចុប្បន្នបានឆ្លើយតបចំពោះតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរ និងសេវាមួយចំនួនផ្ដល់ការពេញចិត្តដល់ភ្ញៀវ ប៉ុន្តែសេវាកម្មទេសចរណ៍មួយចំនួនទៀតនូវមានការខ្វះខាត និងមិនទាន់អាចឆ្លើយតបនឹងសេចក្ដីត្រូវការទាំងស្រុងរបស់ភ្ញៀវទេសចរ ទាំងកម្រិតគុណភាព និងបរិមាណ ដូចជាសណ្ឋាគារកម្រិតផ្កាយ៥ ភោជនីយដ្ឋានធំៗ ហាងលក់ទំនិញធំៗម៉ាកល្បីៗកម្រិតស្ដង់ដា ដើម្បីបម្រើជូនភ្ញៀវទេសចរពេញលេញនៅឡើយ។ ដូច្នេះ ការពង្រឹងគុណភាពគឺត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យខេត្តសៀមរាបក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់គុណភាពខ្ពស់ ដោយជំរុញការពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍ទាំងអស់ដែលមានស្រាប់ ធានាឱ្យបានតាមកម្រិតស្ដង់ដាកំណត់។

យុទ្ធសាស្ត្រពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបត្រូវរៀបចំឡើងដោយឈរលើ**គោលការណ៍ ៣** គឺ **ទី១.** ការពង្រឹងគុណភាពតាមរយៈស្ដង់ដាបៃតង[7] ក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ឱ្យស្របតាមស្ដង់ដាកម្ពុជា និងអាស៊ាន, **ទី២.** ការពង្រឹងគុណភាពតាមរយៈស្ដង់ដាចំណាត់ថ្នាក់, **ទី៣.** ការពង្រឹងគុណភាពតាមរយៈការអនុវត្តច្បាប់ និងបទដ្ឋានគតិយុត្ត។ ដើម្បីសម្រេចយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម៖

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ពង្រឹងគុណភាពសណ្ឋាគារ និងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប** តាមរយៈ **១).** ពង្រឹងការអនុវត្តប្រព័ន្ធចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារ និងសេវាស្នាក់នៅទេសចរណ៍, **២).** ជំរុញការអនុវត្តស្ដង់ដាសណ្ឋាគារបៃតង។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ពង្រឹងគុណភាពភោជនីយដ្ឋាន**

តាមរយៈ **១).** ជំរុញការអនុវត្តតាមយុទ្ធនាការ "ភោជនីយដ្ឋានស្អាត", **២).** ជំរុញការអនុវត្តក្រមប្រតិបត្តិសម្រាប់អាជីវកម្មភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋានស្អាតនៅខេត្តសៀមរាប, **៣).** ជំរុញអាជីវកម្មភោជនីយដ្ឋាននៅខេត្តសៀមរាបទាំងអស់ចូលរួមចលនាប្រឡងប្រណាំង "ស្ដង់ដាភោជនីយដ្ឋានស្អាត និងអាហារដ្ឋានទេសចរណ៍ស្អាត", **៤).** ជំរុញអាជីវកម្មភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋាននៅខេត្តសៀមរាបទាំងអស់ចូលរួមប្រព័ន្ធចំណាត់ថ្នាក់ភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋានទេសចរណ៍, **៥).** ការអនុវត្តស្ដង់ដាវិថីលក់ម្ហូបអាហារ និងប្រព័ន្ធចំណាត់ថ្នាក់សេវាកម្មម្ហូបលក់អាហារ និង **៦).** ជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំង "បដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ" ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : ពង្រឹងគុណភាពមណ្ឌលកម្សាន្តមនុស្សពេញវ័យនៅខេត្តសៀមរាប**

តាមរយៈ **១).** ជំរុញឱ្យមណ្ឌលកម្សាន្តនៅខេត្តសៀមរាបទាំងអស់ចូលរួមអនុវត្តចំណាត់ថ្នាក់ស្ដង់ដាមណ្ឌលកម្សាន្តមនុស្សពេញវ័យ, **២).** ជំរុញ និងលើកទឹកចិត្តដល់អ្នកវិនិយោគឱ្យខិតខំប្រឹងប្រែងអភិវឌ្ឍមណ្ឌលកម្សាន្តរបស់ខ្លួនប្រកបដោយស្ដង់ដាជាតិ និងអន្តរជាតិដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវឱ្យមកកម្សាន្ត, **៣).** មណ្ឌលកម្សាន្តមនុស្សពេញវ័យទាំងអស់នៅខេត្តសៀមរាបត្រូវគោរពតាមលក្ខខណ្ឌដែលកំណត់ក្នុងក្របខណ្ឌបទដ្ឋានគតិយុត្ត ស្ដីពី **"ចំណាត់ថ្នាក់មណ្ឌលកម្សាន្តមនុស្សពេញវ័យ"** ដែលចេញដោយក្រសួងទេសចរណ៍ ដើម្បីធានានូវគុណភាព សុវត្ថិភាព និងសេវាកម្មដែលមានស្ដង់ដា, **៤).** ត្រូវបង្កើតតំបន់សម្រាប់មណ្ឌលកម្សាន្តមនុស្សពេញវ័យ នៅជាយក្រុងសៀមរាប ឬទីតាំងសមស្របណាមួយ។

---

[7] *ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងការវិវត្តជាក់ស្ដែងនៃពិភពលោកស្ដង់ដាបៃតង និងស្ដង់ដាចំណាត់ថ្នាក់ត្រូវគិតបញ្ចូលស្ទូចនាករវាយតម្លៃពាក់ព័ន្ធនឹងវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ និងការគិតគូរអនាម័យសុវត្ថិភាព (ម្ហូបអាហារ) ជាអាទិភាព។*

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤ : ពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មការីទេសចរណ៍ និងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប**

តាមរយៈការដាក់ចេញនូវ ក្រមប្រតិបត្តិវិជ្ជាជីវៈ និងក្រមសីលធម៌របស់ការីទេសចរណ៍ និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វិធានការទប់ស្កាត់សកម្មភាពលក់កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចថ្លៃសូន្យ (Zero Cost Tours), ជំរុញបង្កើតឱ្យមានភាពសម្បូរបែបនូវកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចប្រកបដោយគុណភាព, ជំរុញចូលរួមដល់ការលើកស្ទួយផលិតផលក្នុងស្រុក, ជំរុញការចូលរួមលើកតម្កើង និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា និងចូលរួមក្នុងចលនាប្រឡងប្រណាំងទេសចរណ៍ផ្សេងៗ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៥ : ពង្រឹងគុណភាពមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍**

ខេត្តសៀមរាបត្រូវពង្រឹងការអនុវត្តយន្តការគុណភាពសេវាមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ តាមរយៈការដាក់ចេញយន្តការពិន័យអន្តរការណ៍ជាប្រាក់ចំពោះមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ដែលប្រព្រឹត្តខុសក្រមប្រតិបត្តិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ និងតាមរយៈ**យន្តការត្រួតពិនិត្យ និងតាមដានការអនុវត្តរបស់មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងត្រួតពិនិត្យ និងតាមដានសកម្មភាពមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ជាមួយការផ្តល់ និងកាត់ពិន្ទុចំពោះមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍**ទៅតាមកំហុសដែលមគ្គុទ្ទេសក៍បានប្រព្រឹត្ត។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៦ : ពង្រឹងគុណភាពហាងលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍នៅខេត្តសៀមរាប**

តាមរយៈ÷ **១).** ផលិតផលវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ក្នុងស្រុកគួរមានការបញ្ជាក់គុណភាព និងជំរុញម៉ាកផលិតផលខ្មែរ, **២).** ចាត់វិធានការចំពោះហាងលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ដែលចូលរួមក្នុងសកម្មភាពកញ្ចប់ទស្សនកិច្ច **"ថ្លៃសូន្យ"** និង **៣).** ប្រើប្រាស់**បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ**នៅលើគ្រប់ផលិតផលវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទាំងអស់ ដើម្បីតាមដានទីតាំងលក់ផលិតផលប្រភពផលិត ព័ត៌មាននៃការផលិត និងការពារការក្លែងបន្លំផលិតផលក្លែងក្លាយ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៧ : ពង្រឹងខេត្តសៀមរាបជាគោលដៅទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព**

តាមរយៈ **១).** បង្កើតឱ្យមាន **ប្រព័ន្ធសង្គ្រោះទេសចរណ៍ (Healthy Tourism System)** សម្រាប់ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបដោយគ្របដណ្តប់លើគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាពទាំង ៦, **២).** ត្រូវពង្រឹងការត្រួតពិនិត្យសុវត្ថិភាពសុខាភិបាលនៅតាមមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ក្នុងខេត្តសៀមរាប ពិសេសការគិតគូរលើសុវត្ថិភាពម្ហូបអាហារ និងការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងជំងឺឆ្លងនានា (ជាអាទិ**ជំងឺកូវីដ១៩**), **៣).** ការពង្រឹងប្រព័ន្ធសុខាភិបាល ឆ្លើយតបជំងឺឆ្លងនៅខេត្តសៀមរាប ជាអាទិ៍ ការត្រួតពិនិត្យសុខភាពនៅតាមច្រកទ្វារអន្តរជាតិ មណ្ឌលចត្តាឡីស័ក និងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវមន្ទីរពេទ្យ មណ្ឌលសុខភាព និង **៤).** ជំរុញអនុវត្ត **"គោលនយោបាយ ភូមិ-ឃុំ-សង្កាត់ មានសុវត្ថិភាព"** នៅក្នុងភូមិសាស្ត្រខេត្តសៀមរាប ពិសេសនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍។ ការងារនេះទាមទារឱ្យមានយន្តការសម្របសម្រួលអន្តរស្ថាប័ន ទាំងកម្រិតថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់ក្រោមជាតិ ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៨ : ពង្រឹងភាពធន់នៃវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្លើយតបនឹងគ្រោះមហន្តរាយ វិបត្តិជំងឺឆ្លង និងវិបត្តិនានា**

ដើម្បីធានានិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍខេត្តសៀមរាបជាគោលដៅទេសចរណ៍ ប្រកបដោយគុណភាព និងសុវត្ថិភាព រដ្ឋបាលខេត្តសៀមរាបត្រូវរៀបចំ**"ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងហានិភ័យក្នុងវិស័យទេសចរណ៍"** អមជាមួយការពង្រឹងយន្តការអនុវត្ត ឆ្លើយតបនឹងគ្រោះមហន្តរាយធម្មជាតិ វិបត្តិជំងឺឆ្លង និងវិបត្តិនានា ដែលអាចកើតឡើងជាលក្ខណៈប្រធានសក្តិ បានទាន់ពេលវេលា ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

## ២- ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍

បើទោះបីជា នៅខេត្តសៀមរាបមានសាលាវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ និងស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាលមួយចំនួនកំពុងផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលទាំងជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ បដិសណ្ឋារកិច្ច ផលិតកម្មម្ហូបអាហារ ជំនាញគ្រប់គ្រង ជំនាញទំនាក់ទំនង ភាសាបរទេស មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ក៏ដោយ ការបណ្តុះបណ្តាលនៅតែមិនទាន់ឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ដែលមានសន្ទុះខ្លាំងពីមួយឆ្នាំ ទៅមួយឆ្នាំ ដោយសារ គម្លាតរវាងតម្រូវការបុគ្គលិកជំនាញ និងការបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍, បុគ្គលិកដែលទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលជាផ្លូវការនៅមានចំនួនតិចនៅឡើយហើយភាគច្រើនគឺការបណ្តុះបណ្តាលគត្ត និងសមត្ថភាពស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាលពិសេសសាលាបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈ នៅខេត្តសៀមរាបនៅមានកម្រិត។ តាមការសិក្សាបង្ហាញថា បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍មានប្រមាណជា ៤៣%តែប៉ុណ្ណោះ ទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាល និងទទួលស្គាល់កម្រិតជំនាញវិជ្ជាជីវៈត្រឹមត្រូវដោយក្រសួងទេសចរណ៍ ឬក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ។ ជាងនេះទៀត បុគ្គលិកភាគច្រើនមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈ (បានតែ ៥៥%) រីឯកម្រិតគ្រប់គ្រងមានភាពលើសលប់ (ដល់ទៅ ៦០%) និងកម្រិតមធ្យមជាអ្នកត្រួតពិនិត្យវិញនៅតិចតួចណាស់ (នៅខ្វះ ៩០%)។ **រីឯ តម្រូវការបុគ្គលិក** គឺ ៧៥% ជាបុគ្គលិកជំនាញ, ២០%ជាបុគ្គលិកកម្រិតគ្រប់គ្រងថ្នាក់កណ្តាល ឬអ្នកត្រួតពិនិត្យ និង ៥% ប៉ុណ្ណោះជាកម្រិតអ្នកគ្រប់គ្រងជាន់ខ្ពស់។

ជារួម ការបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់ការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ជួបប្រទះនូវបញ្ហាទាំងនេះអាចបណ្តាលមកពីកត្តាមួយចំនួនដូចជា **១).** លទ្ធភាពក្នុងការទទួលសិស្សរបស់សាលាបណ្តុះបណ្តាលជំនាញទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបនៅមានកម្រិត ដោយសារចំណាយខ្ពស់ក្នុងការផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាល រីឯគុណភាពក៏នៅមានកម្រិតដែរ, **២).** សាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅខ្វះខាតនៅខេត្តសៀមរាបនៅឡើយ ពិសេសនៅមិនទាន់មានសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ទេ ខណៈដែលការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ត្រូវការចំណាយលើការសិក្សារបស់សិស្សម្នាក់ៗមានកម្រិតខ្ពស់ (ជាមធ្យម ២៥០០-៣០០០ដុល្លារអាមេរិក ក្នុងម្នាក់), **៣).** ការបញ្ជ្រាបការយល់ដឹងពីអត្ថប្រយោជន៍នៃវិស័យទេសចរណ៍ និងការតម្រង់ទិសវិជ្ជាជីវៈទៅរកវិស័យទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចនៅមានកម្រិត, និង **៤).**ការចាប់យកជំនាញឌីជីថលផ្សារភ្ជាប់នឹងការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅមានកម្រិតតិចតួចណាស់។

ទន្ទឹមនេះ កំណើននៃភ្ញៀវទេសចរមកកាន់ខេត្តសៀមរាប បានធ្វើឱ្យមានតម្រូវការបន្ថែមទៀតលើធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យនេះ។ យោងតាមការព្យាករ ខេត្តសៀមរាបនឹងត្រូវការបុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ប្រមាណ **៦៤ម៉ឺននាក់ នៅឆ្នាំ២០៣០** និង**៩៤ម៉ឺននាក់ នៅឆ្នាំ២០៣៥** ក្នុងនោះ **៥៣%** នឹងបម្រើការក្នុងផ្នែកសណ្ឋាគារ និងសេវាស្នាក់នៅ, **៧%** ផ្នែកសេវាម្ហូបអាហារ, **៧%** ផ្នែកការិទេសចរណ៍ និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍, **២%** មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍, **៦%** សេវាមណ្ឌលកម្សាន្តមនុស្សពេញវ័យ, **៦%** សហគមន៍ទេសចរណ៍ និង **២០%** អេកូទេសចរណ៍ និងអាជីវកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀត។

ដូចនេះ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបត្រូវផ្តោតទៅលើការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ (មូលដ្ឋាន និងកម្រិតមធ្យម) ដោយត្រូវបង្កើនកម្លាំងពលកម្មថ្មីដែលមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈ និងពង្រឹងសមត្ថភាពដល់បុគ្គលិកដែលកំពុងបម្រើការងារឱ្យមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈ និងមាន

ការទទួលស្គាល់ ស្របតាមក្របខ័ណ្ឌគុណវុឌ្ឍិជាតិ និងអាស៊ាន។ ដើម្បីសម្រេចយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : បង្កើនសមត្ថភាពផ្គត់ផ្គង់ការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍**

តាមរយៈ **១)**. ពង្រឹងការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ក្នុងថ្នាក់រៀន ដោយបន្តផ្តល់កិច្ចសហការ និងគាំទ្រដល់សាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍កំពុងដំណើរការនៅខេត្តសៀមរាប ហើយក្នុងរយៈពេលខ្លីត្រូវបង្កើតសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ និងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិតមួយ (ជាសាខានៃសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍) ព្រមជាមួយការពង្រឹងការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ ដោយបញ្ចូលមេរៀនទេសចរណ៍ នៅក្នុងកម្មវិធីសិក្សាចំណេះដឹងទូទៅ នៅតាមបណ្តាវិទ្យាល័យ, **២)**. ជំរុញការអនុវត្តកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលខាងក្នុង ដោយត្រូវមានគ្រូបង្គោល និងជនបង្គោល មានការបញ្ចូលគ្នាត្រឹមត្រូវ និងទទួលស្គាល់ត្រឹមត្រូវជាផ្លូវការពីគណៈកម្មាធិការជាតិអ្នកជំនាញទេសចរណ៍, **៣)**. ពង្រឹងការបណ្តុះបណ្តាល ដែលផ្សារភ្ជាប់នឹងការអនុវត្តជាក់ស្តែងនៅក្នុងកម្មវិធីសិក្សាទេសចរណ៍ (ទាមទារជាពិសេសលើវិស័យគ្រប់គ្រងសណ្ឋាគារ ម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈ) ដែលនិស្សិតត្រូវទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលជាក់ស្តែងក្នុងអំឡុងពេលសិក្សា និងមុនចុះកម្មសិក្សា, **៤)**. បង្កើតឱ្យមានកម្មវិធីសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងនោះមានមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍, **៥)**. អនុវត្តមូលនិធិបណ្តុះបណ្តាលក្នុងជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍បម្រើឱ្យការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ នៅខេត្តសៀមរាបឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព, **៦)**. បង្កើត និងអនុវត្តកម្មវិធីឥណទានសិក្សាជំនាញទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប, **៧)**. បង្កើតកម្មវិធីអាហារូបករណ៍ ឬកម្មវិធីដោះដូរបទពិសោធន៍ក្រៅប្រទេស ដើម្បីសិក្សាពីកម្មវិធីទេសចរណ៍ក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ ទីផ្សារទេសចរណ៍ ការគ្រប់គ្រងសណ្ឋាគារអន្តរជាតិ ការគ្រប់គ្រងព្រឹត្តិការណ៍ និងការគ្រប់គ្រងការកម្សាន្ត ។ល។ និង **៨)**. បង្កើតកម្មវិធីអប់រំទេសចរណ៍ចល័ត អំពី **"ការគ្រប់គ្រង គុណភាព និងការអនុវត្តនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ ពិសេសម្រាប់សហគមន៍ទេសចរណ៍ និងអេកូទេសចរណ៍"**។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ពង្រឹងការបណ្តុះបណ្តាល និងរៀបចំប្រព័ន្ធអភិវឌ្ឍន៍ជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប**

តាមរយៈ **១)**. ការរៀបចំវេទិកាអប់រំ និងបណ្តុះបណ្តាលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបប្រចាំឆ្នាំ (ដោយផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងពិព័រណ៍ការងារទេសចរណ៍ និងដំណើរទស្សនកិច្ចបច្ចេកទេសសិក្សា ការអនុវត្តល្អៗ និងបង្ហាញការអនុវត្តឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិតខ្ពស់ក្នុងខេត្តសៀមរាប), **២)**. ធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពសមត្ថភាពគ្រូអំពីជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ផ្សារភ្ជាប់នឹងរបកគំហើញថ្មីៗពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យទេសចរណ៍វប្បធម៌។ល។, **៣)**. បង្កើតបណ្តាញអ្នកជំនាញទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប ដែលមានការចូលរួមពីស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាលសាកលវិទ្យាល័យ មហាវិទ្យាល័យ សាលាបណ្តុះបណ្តាល និងវិស័យឯកជន, **៤)**. ធ្វើការស្ទង់មតិនិយោជិកជារៀងរាល់ឆ្នាំពីកម្មវិធីសិក្សាទេសចរណ៍ ដើម្បីវាស់ស្ទង់ទស្សនៈរបស់និយោជិកក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដើម្បីរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្របណ្តុះបណ្តាលឱ្យឆ្លើយតបទីផ្សារទេសចរណ៍, **៥)**. បង្កើតកម្មវិធី **"កម្មសិក្សា"** វិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប, **៦)**. ដាក់ឱ្យដំណើរការប្រព័ន្ធវាយតម្លៃទទួលស្គាល់ការសិក្សាពីមុនរបស់អ្នកជំនាញទេសចរណ៍ (Recognition of Prior Learning) ដោយអនុវត្តតាមកម្មវិធីសិក្សាជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ ផ្អែកលើស្តង់ដាសមត្ថភាពស្របតាមស្តង់ដាជាតិ និងអាស៊ាន, **៧)**. កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អសម្រាប់បុគ្គលិកទេសចរណ៍ជួរមុខ និង

៨). រៀបចំកម្មវិធីថ្នាក់ជាតិលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការចូលរួមពីប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ចូលរួមអនុវត្តកម្មវិធីហ្វឹកហាត់ការងារដល់បុគ្គលិក។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : ពង្រឹងការបណ្តុះបណ្តាលសហគ្រិនភាព គំនិតច្នៃប្រឌិត និងធុរកិច្ចថ្មីក្នុងវិស័យទេសចរណ៍**

តាមរយៈ ១). ពង្រឹងសហគ្រិនភាពក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ តាមរយៈការបង្កើតវគ្គសិក្សាតាមអនឡាញលើភាពច្នៃប្រឌិតផលិតផលទេសចរណ៍ដល់អាជីវកម្មទេសចរណ៍អំពីជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍អនឡាញ, ២). ពង្រឹងសមត្ថភាពអាជីវករទេសចរណ៍នូវជំនាញអក្ខរកម្មឌីជីថលស្របតាមបរិបទនៃឧស្សាហកម្ម៤.០ (ឧទាហរណ៍÷ របៀបធ្វើទីផ្សារអនឡាញ, ការធ្វើអាជីវកម្មអនឡាញ), ៣). បង្កើនការបណ្តុះបណ្តាល**ជំនាញឌីជីថល** ដល់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ខ្នាតតូចនិងមធ្យម និងក្នុងកម្រិតជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប, ៤). បង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាលសហគ្រិនភាព និងធុរកិច្ចថ្មីនៅក្រុងសៀមរាបដែលអាចបញ្ចូលជាមួយសាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ និងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត, ៥). បង្កើតកម្មវិធីជំនួយបច្ចេកទេសដល់ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មទេសចរណ៍នៅក្នុងសហគមន៍ទេសចរណ៍-អេកូទេសចរណ៍ ដោយបណ្តុះឱ្យចេះសហគ្រិនភាព ដំណើរការនៃការបង្កើតអាជីវកម្ម របៀបបង្កើត និងសរសេរផែនការអាជីវកម្ម របៀបរកហិរញ្ញប្បទាន របៀបធ្វើទីផ្សារ។ល។, ៦). បង្កើតកម្មវិធី "Tourism Means Business" សម្រាប់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប និង ៧). រៀបចំសិក្ខាសាលាស្តីពីការបង្កើតកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចដោយផ្តោតលើទីផ្សារទេសចរណ៍ជាន់ខ្ពស់សម្រាប់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤ : ពង្រឹងគុណភាពបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍នៅតំបន់សៀមរាប និងតំបន់ជុំវិញ**

តាមរយៈ ១). រៀបចំឱ្យមានកម្មវិធីពង្រឹងសមត្ថភាពតាមរយៈវគ្គវិក្រឹត្យការលើជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ ដែលតម្រូវឱ្យមានការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពចំណេះដឹងឱ្យស្របតាមនិន្នាការទេសចរណ៍ ក្នុងនោះ ពង្រឹងសមត្ថភាពដល់មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ឱ្យបាន១ឆ្នាំម្តងៗ, ២). ជំរុញការបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ឱ្យស្របតាមការព្យាករនៃតម្រូវការទីផ្សារ, ៣). ពង្រឹងយន្តការទ្រទ្រង់ការបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍តំបន់សៀមរាប ៤). បែងចែកប្រភេទមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ទៅតាមប្រភេទនីមួយៗ និង ៥). ពង្រឹងគុណភាពមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ តាមរយៈការរៀបចំឱ្យមានយន្តការប្រកួតប្រជែង "មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ឆ្នើម" ប្រចាំឆ្នាំ និងពង្រឹងការអនុវត្តប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ព្រមជាមួយនឹងការសិក្សាអំពីយន្តការឱ្យមានភាពប្រកួតប្រជែងក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មមគ្គុទ្ទេសក៍ រវាងមគ្គុទ្ទេសក៍ និងការផ្តល់ជម្រើសដល់ការបកស្រាយ និងពន្យល់ភ្ញៀវទេសចរតាមប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាទំនើប សំដៅពង្រឹងគុណភាពមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍នៅតំបន់សៀមរាបអង្គរ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៥ : ពង្រឹងការចុះបញ្ជិកាក្នុងបេឡាជាតិសន្តិសុខសង្គម សម្រាប់បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ នៅខេត្តសៀមរាបឱ្យបានទូលំទូលាយ**

កាតព្វកិច្ចចុះបញ្ជិកា និងការបង់ភាគទានរបបសន្តិសុខសង្គម នៃបេឡាជាតិសន្តិសុខសង្គម គឺពិតជាមានភាពចាំបាច់ ដើម្បីធានាសុខុមាលភាពនិយោជិក, បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបចំពោះហានិភ័យការងារ, ការទទួលបានការថែទាំសុខភាព និងការធានាប្រាក់សោធន ដែលជាប្រយោជន៍ ជួយសម្រាលដល់ការលំបាកនានា ដូចជា ជរាភាព, ទុព្វលភាព, មរណភាព ឬពេលជួបប្រទះយថាភាពផ្សេងៗទៀត ដូចជា ជំងឺ និងមាតុភាព ជាដើម។

### ៣- ការលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋានតាមរយៈការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍

ការលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋានតាមរយៈវិស័យទេសចរណ៍ គឺជាការផ្សារភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងរវាងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជាមួយផលិតផល និងសេវា ដែលផលិត និងផ្តល់ដោយ កសិករ សិប្បករ ពាណិជ្ជករ និងប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន។ ជាការពិត ការពង្រឹងអន្តរសកម្មរវាងវិស័យទេសចរណ៍ និងកសិកម្ម និងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ជាយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការធានាការបែងចែកផ្លែផ្កានៃកំណើន ប្រកបដោយសមធម៌ និងបរិយាបន្នឱ្យបានដល់ប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន។ ខេត្តសៀមរាបត្រូវរៀបចំ**ខ្សែក្រវាត់បៃតង នៅជុំវិញតំបន់ទីក្រុង ទីប្រជុំជន និងតំបន់ទេសចរណ៍នានា តាមរយៈការដាំដំណាំ ការចិញ្ចឹមសត្វ វារីវប្បកម្ម ការជំរុញសកម្មភាពសិប្បកម្ម និងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ដើម្បីធានាដល់ការផ្គត់ផ្គង់ និងជំរុញការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុកដែលនឹងចូលរួមយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព ដល់ការបង្កើនតម្លៃបន្ថែម បង្កើតឱកាសការងារ និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។**

បច្ចុប្បន្នមាននិន្នាការថ្មីនៃសកម្មភាពតម្រង់ទិសអាជីវកម្មក្នុងចំណោមប្រជាជនមូលដ្ឋាន និងកសិករដែលរស់នៅតំបន់ជាយក្រុងសៀមរាបដូចជា **១). ពិពិធកម្មវិស័យកសិកម្ម** ការធ្វើពិពិធកម្មពីដំណាំ (បន្លែ ផ្លែឈើ...) ការចិញ្ចឹមសត្វ និងសត្វត្រី ដែលមានលក្ខណៈប្រពៃណី ទៅជាផលិតផលថ្មីដែលមានទិន្នផល គុណភាព សុវត្ថិភាព និងផ្តល់តម្លៃបន្ថែមខ្ពស់បម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ (អាចបង្កើតឱ្យមានខ្សែក្រវាត់បៃតង), **២). ផលិតផលសិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍** : ផលិតផលសិប្បកម្មជាប្រភពចំណូលបន្ថែម។

ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ពិពិធកម្មផលិតផលកសិកម្មក្នុងស្រុកនៅមានកម្រិតនៅឡើយទាំងបរិមាណ គុណភាព និងការដឹកជញ្ជូន ដូច្នេះ វិស័យកសិកម្មក្នុងស្រុកមិនទាន់ទាញយកសក្តានុពលពីការផ្គត់ផ្គង់ឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ (ពិសេសសណ្ឋាគារ និងភោជនីយដ្ឋាន) បានពេញលេញនៅឡើយនោះទេ។ រីឯផលិតផលសិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍មួយចំនួនត្រូវបាននាំចូលពីប្រទេសជិតខាង ឬផ្គត់ផ្គង់ពីខេត្តផ្សេងៗ សម្រាប់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប។ ដូច្នេះ ផែនការមេដាក់ឱ្យអនុវត្តនូវការធ្វើ**ពិពិធកម្មវិស័យកសិកម្មផ្សារភ្ជាប់នឹងវិស័យទេសចរណ៍** ក៏ដូចជា **បង្កើនគុណភាព និងការផលិតវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍បម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍**។

យោងលទ្ធផលនៃការអង្កេតភ្ញៀវទេសចរ និងអង្កេតអាជីវកម្មទេសចរណ៍នៅឆ្នាំ២០១៩ **ផលិតផលក្នុងស្រុក :** មានផលិតផលក្នុងស្រុកប្រមាណ ៤២,៧% ប៉ុណ្ណោះ ដែលមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍បានប្រើប្រាស់។ **វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ :** ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ ៤៦% បានទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ជាវត្ថុសិប្បកម្ម និង៣៦% ទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ជាសម្លៀកបំពាក់។

ដើម្បីបង្កើតផលិតផលទេសចរណ៍លើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាននៅខេត្តសៀមរាប ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ធ្វើពិពិធកម្មកសិកម្មបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍**

តាមរយៈ **១).** ការធ្វើពិពិធកម្មកសិកម្មលើការដាំដុះបន្លែ ផ្លែឈើ ចិញ្ចឹមសត្វ និងចិញ្ចឹមត្រី បម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប, **២).** ការទាញយកសក្តានុពលពីទីផ្សារនៃវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបសម្រាប់ផលិតផលកសិកម្ម ដោយជំរុញការផ្គត់ផ្គង់ដោយផ្ទាល់រវាងកសិករជាមួយមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ ដូចជា សណ្ឋាគារ និងភោជនីយដ្ឋាន ជាដើម ដែលនេះជាការបើកឱកាសសម្រាប់**ការនាំចេញផលិតផលកសិកម្មនៅនឹងកន្លែង**។ ទន្ទឹមនេះ ទីតាំងកសិកម្មជាច្រើនក៏មានសក្តានុពលក្នុងការដើរតួជាផលិតផល បម្រើដល់ការទស្សនា

កម្សាន្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរថែមទៀតផង ដោយសារការកើនឡើងនៃចំណាប់អារម្មណ៍លើភាពទាក់ទាញរបស់វិស័យកសិ-ទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍ជនបទនៅកម្ពុជា។ ទាំងនេះគឺជាអន្តរសកម្មរវាងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ និងវិស័យកសិកម្ម ដែលជួយបំពេញបន្ថែម និងរុញដោលកំណើនឱ្យគ្នាទៅវិញទៅមក។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : អភិវឌ្ឍន៍សិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ឱ្យទៅជា "ផលិតផលធ្វើនៅកម្ពុជា" ដែលមានគុណភាព**

ការផលិតផលិតផលសិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍នឹងក្លាយជាប្រភពចំណូលដ៏សំខាន់សម្រាប់ប្រជាជនមូលដ្ឋានជាពិសេសនៅតាមភូមិជនបទ។ ក្នុងនាមជាតំបន់បេតិកភណ្ឌ និងជាកន្លែងទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរដ៏សំខាន់មួយរបស់ពិភពលោក ខេត្តសៀមរាប គឺជាកន្លែងល្អមួយសម្រាប់លក់ផលិតផលសិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ហើយអាចនិយាយបានថា ខេត្តសៀមរាបនេះ គឺជាកន្លែងលក់ដ៏ធំមួយនៅក្នុងតំបន់ ឬប្រទេស។ **សម្រាប់សិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ផលិតផលខ្មែរកំពុងចាប់ផ្ដើមជំនួសទំនិញនាំចូលជាបន្តបន្ទាប់**។ ទោះជាយ៉ាងណា ទីផ្សារផលិតកម្មដែលមានគុណភាពមិនសូវខ្ពស់ និងតម្លៃទាប គឺមានការប្រកួតប្រជែងខ្ពស់រួចទៅហើយ។ ដូច្នេះ យុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍផលិតផលគួរតែផ្ដោតលើ**ផលិតផលធ្វើដោយដៃ ដែលមានគុណភាពខ្ពស់ ឬផលិតផលសិល្បៈ**និងត្រូវបង្កើនការប្រកួតប្រជែងជាមួយផលិតផលនាំចូលពីក្រៅប្រទេស តាមរយៈ **ការប្រើប្រាស់ ឬការធ្វើឱ្យរស់ឡើងវិញនូវសិល្បៈ និងជំនាញប្រពៃណីខ្មែរ និងបង្កើតម៉ាកផលិតផលក្នុងស្រុក** ខណៈដែលខេត្តសៀមរាបបច្ចុប្បន្នមានក្រុមផលិតកម្មធំៗ **ចំនួន ២ គឺវិទ្យាស្ថានវាយនភណ្ឌប្រពៃណីខ្មែរ និងអាទីហ្សង់អង្គរ** បានបង្កើតម៉ាកផលិតផលក្នុងស្រុករួចហើយនៅលើទីផ្សារអន្តរជាតិ ដូច្នេះការកែលម្អគុណភាព ឬម៉ាកផលិតផលរបស់ក្រុមផ្សេងទៀត ពិសេសផលិតផលរបស់ប្រជាជនក្នុងភូមិគឺជាគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រដ៏សំខាន់។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : បង្កើតប្រព័ន្ធគាំទ្រ**

ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលគំនិតនៃយុទ្ធសាស្ត្រទាំង ២ ខាងលើ ផែនការមេដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រគាំទ្រគឺបង្កើតប្រព័ន្ធគាំទ្រដល់ការធ្វើពិពិធកម្មកសិកម្ម និងការលើកកម្ពស់ផលិតផលក្នុងស្រុក។ ប្រព័ន្ធគាំទ្រដើរតួជាបណ្ដាញនៅលើទីផ្សារខាងក្រៅសម្រាប់អ្នកផលិតក្នុងស្រុកហៅថា "**អន្តរការី**"។ ប្រព័ន្ធនេះក៏មានមុខងារជាបណ្ដាញទំនាក់ទំនងសាធារណៈ និងជាអ្នកផ្ដល់ព័ត៌មានដល់ផលិតករ ជាទីប្រឹក្សាសម្រាប់ការកែលម្អជំនាញបច្ចេកទេស និងការគ្រប់គ្រង។ ប្រព័ន្ធនេះក៏ដើរតួនាទីជាទីប្រឹក្សាដល់រាជរដ្ឋាភិបាលលើគោលនយោបាយផែនការក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងគម្រោងវិនិយោគសាធារណៈ តាមដំហានវិវត្តន៍របស់ផលិតករក្នុងស្រុក។

**ការបង្កើតម៉ាកផលិតផលខ្មែរ (កៅ) បម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ :** ការធ្វើពិពិធកម្មសេដ្ឋកិច្ចក្នុងតំបន់ជាពិសេសនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចជនបទ គឺជាបញ្ហាសំខាន់មួយសម្រាប់បង្រួមគម្លាតនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ទីក្រុង និងជនបទ ដែលនឹងនាំមកនូវការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចខេត្តសៀមរាបទាំងមូល។ ដើម្បីយល់ពីចំណុចនេះ ទិសដៅអភិវឌ្ឍន៍គួរតែត្រូវបានសិក្សា រួមមាន : **១).** ការពង្រឹងអន្តរសកម្មរវាងវិស័យទេសចរណ៍ និងកសិកម្ម និង **២).** ការអភិវឌ្ឍផលិតផលក្នុងស្រុកបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ តាមរយៈការធ្វើឱ្យប្រសើរនៃវិស័យសិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍។ ដើម្បីសម្រេចគោលដៅនេះ គឺត្រូវបង្កើនការផ្សព្វផ្សាយ និងពង្រីកការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលក្នុងស្រុក ដើម្បីបង្កើនផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចក្នុងស្រុកពីវិស័យទេសចរណ៍ តាមរយៈការបង្កើតម៉ាកផលិតផលក្នុងស្រុកជាមួយនឹងផលិតផលដែលមានលក្ខណៈចម្រុះ និងមានតម្លៃបន្ថែមខ្ពស់។

**ការបង្កើតយន្តការអន្តរស្ថាប័ន** ដោយបង្កើតក្រុមការងារអន្តរក្រសួងសម្រាប់ជំរុញការលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន : ដើម្បីបង្កើនផលប្រយោជន៍ក្នុងស្រុកជាអតិបរមាពីការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ និងដើម្បីបង្រួមគម្លាតរវាងសេដ្ឋកិច្ចទីក្រុង និងជនបទ សេដ្ឋកិច្ចជនបទត្រូវការការយកចិត្តទុកដាក់ និងគាំទ្របន្ថែមទៀត។ សកម្មភាពគាំទ្ររបស់រាជរដ្ឋាភិបាលអាចមានដូចជា **១).** ការអភិវឌ្ឍជំនាញ បច្ចេកទេស និងបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីលើកកម្ពស់ផលិតភាព និងគុណភាពផលិតផល, **២).** ការអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពទីផ្សារដើម្បីទទួលបានព័ត៌មានទីផ្សារ, **៣).** ការអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពក្នុងការចរចា ដើម្បីឱ្យមានការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអ្នកទិញព្រមជាមួយនឹងអំណាចចរចាកាន់តែប្រសើរ, **៤).** បង្កើតម៉ាកផលិតផលក្នុងស្រុកដែលមានគុណភាពនៅក្នុងទីផ្សារទេសចរណ៍ ផលិតផលទាំងនេះរួមមាន ក្រណាត់សូត្រ ក្រណាត់កាតុង ចម្លាក់ថ្ម ចម្លាក់ឈើ គ្រឿងប្រាក់ គ្រឿងស្ពាន់ គ្រឿងអលង្ការ និងផលិតផលម៉េក្បូណ៍ខុក, **៥).** បង្កើតបណ្តាញសិប្បករ ផលិតករក្នុងស្រុក និងប្រព័ន្ធផ្គត់ផ្គង់រវាងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងតម្រូវការ, **៦).** បច្ចុប្បន្ននេះ សិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ភាគច្រើនត្រូវបានផលិតនៅរាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្តកណ្តាល ដូចនេះ ត្រូវបង្កើតយន្តការដើម្បីបង្កើតរវាងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ក្នុងស្រុក និងទីផ្សារសក្តានុពលនាពេលអនាគត ដោយបង្កើតឱ្យមានបណ្តាញសិប្បករ ផលិតករក្នុងស្រុក និងយន្តការផ្គូផ្គងរវាងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងតម្រូវការ។

## ផ្នែកទី៥ : យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន

បច្ចុប្បន្នបន្ទាប់ពីមានការលូតលាស់យ៉ាងឆាប់រហ័សផ្នែកសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច តាមរយៈកំណើនចំនួនភ្ញៀវទេសចរ និងប្រជាជន ខេត្តសៀមរាបកំពុងជួបប្រទះនឹងបញ្ហាសំណល់រឹង/រាវ។ ផែនការមេក៏មានការគិតគូរលើបញ្ហាសំរាម សំណល់រឹងជាអាទិភាព និងលើកយកនូវដំណោះស្រាយកំណើននៃសំរាម និងតំបន់បៃតងក្នុងក្រុងសៀមរាប។ យុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងបរិស្ថាននៅខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ នឹងដាក់ចេញនូវប្រព័ន្ធថ្មីក្នុងការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង នៅខេត្តសៀមរាប និងសង្ឃឹមថានៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពទាំង ៦ នឹងមានយន្តការគ្រប់គ្រងបរិស្ថានកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពជាងមុន។ ជាក់ស្តែង បរិមាណសំរាម សំណល់រឹង នឹងមានការកើនឡើង ស្របតាមកំណើនចំនួន **"ប្រជាជន និងភ្ញៀវទេសចរ"**[8] បើយោងតាមការព្យាករការបង្កើតសំរាម សំណល់រឹងឆ្នាំ២០២១-២០៣៥ ខេត្តសៀមរាបនឹងមានសំរាម សំណល់រឹងចំនួន **៨២១ ៨៤៥ ,៩៧តោន/ឆ្នាំ** នៅឆ្នាំ២០៣៥។

ទន្ទឹមនឹងការព្យាករខាងលើ ក៏តម្រូវឱ្យមានការគិតគូរលើ**ការយល់ដឹង និងអនុវត្តនូវគោលការណ៍ "4R"**[9] របស់ **"ប្រជាជន និងភ្ញៀវទេសចរ"** លើការបញ្ចេញសំរាម សំណល់រឹង ដោយយើងរំពឹងថាការកាត់បន្ថយបរិមាណសំរាម សំណល់រឹង រហូតដល់ប្រមាណ ២០% នៅឆ្នាំ២០៣៥ ប្រសិនបើយើងអនុវត្ត**គោលការណ៍ "4R"** បានជោគជ័យ។ ក្នុងន័យនេះ ប្រជាជនអាចនឹងកាត់បន្ថយការបង្កើតសំរាម សំណល់រឹង បានចំនួន **១៤ ៩៤៧៣,៩៨តោន/ឆ្នាំ** ស្មើនឹង

---

[8] *យោងតាមទិន្នន័យព្យាកររបស់ក្រសួងរៀបចំដែនដី នគរូបនីយកម្ម និងសំណង់ បានចែងក្នុងសេចក្តីព្រាងប្លង់គោលប្រើប្រាស់ដីខេត្តសៀមរាប(២០២០-២០៣៥) ក្នុងសេណារីយ៉ូទី៣ នឹងរំពឹងថានៅឆ្នាំ ២០២០ ប្រជាជននៅខេត្តសៀមរាបអាចកើនឡើងដល់* ***១ ១៦៧ ១៦១នាក់*** *និងឆ្នាំ២០៣៥ ប្រមាណ* ***១ ៧០៦ ៣២៤ នាក់*** *(ក្នុងអត្រាកំណើន ២,៥% ក្នុង១ឆ្នាំ)។ ជាមួយគ្នានេះ យោងតាមការព្យាកររបស់គណៈកម្មការអន្តរក្រសួង បានបង្ហាញថាភ្ញៀវទេសចរខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ ២០២០ មានចំនួនប្រមាណ* ***១ ៤១០ ៧២៧នាក់ (ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ ៤៨៥ ២៥៣នាក់ និងភ្ញៀវទេសចរជាតិ ៩២៥ ៤៧៤នាក់) និងឆ្នាំ២០៣៥ ១៨ ៤១៣ ១៤០នាក់ (ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ៧ ៥៣៤ ៦៥៦នាក់ និងភ្ញៀវទេសចរជាតិ១០ ៨៧៨ ៤៨៤នាក់)*** *និងបរិមាណសំណល់ដែលបញ្ចេញដោយប្រជាជន* ***(១,២គីឡូក្រាម/ថ្ងៃ) និងភ្ញៀវទេសចរ (១ គីឡូក្រាម/ថ្ងៃ)*** *។*

[9] *"4R" ÷ (បដិសេធការប្រើប្រាស់ (Refuse), កាត់បន្ថយ (Reduce), ប្រើប្រាស់ឡើងវិញ (Reuse) និងកែច្នៃឡើងវិញ (Recycle))*

**៤០៩,៥២តោន/ថ្ងៃ** នៅឆ្នាំ២០៣៥ រីឯភ្ញៀវទេសចរអាចកាត់បន្ថយការបង្កើតសំរាម សំណល់រឹង បានចំនួន **១៤ ៨១៥,២១តោន/ឆ្នាំ** ស្មើនឹង **៤០,៥៩តោន/ថ្ងៃ** នៅឆ្នាំ២០៣៥។ ដូច្នេះ ប្រសិនបើការ**អនុវត្តគោលការណ៍ "4R"** ទទួលបានជោគជ័យសំរាម សំណល់រឹង ដែលអាចនឹងកាត់បន្ថយបានចំនួន **១៦៤ ២៨៩,១៩តោន/ឆ្នាំ** នៅឆ្នាំ ២០៣៥ (ដូចមានតារាងទី៨ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

ដូចនេះ យុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងបរិស្ថានខេត្តសៀមរាប នឹងកំណត់ឱ្យខេត្តសៀមរាបក្លាយជាខេត្ត **"ស្អាត និង បៃតង"** ជាខេត្តគួរឱ្យស្រឡាញ់មួយដែលប្រជាពលរដ្ឋ និងភ្ញៀវទេសចរចង់រស់នៅ និងទស្សនាកម្សាន្ត ប្រកបដោយបរិស្ថានស្អាត និងសុខមាលភាព រីឯក្រុងសៀមរាបជា **"ទីក្រុងស្អាតសម្រាប់ទាំងអស់គ្នា"**។

## ១- ការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង

គោលគំនិតនៃប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង ដាក់ចេញសម្រាប់ខេត្តសៀមរាប គឺការពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តខ្សែចង្វាក់នៃប្រព័ន្ធបច្ចេកទេស ក្នុងការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង (ផ្អែកលើគោលការណ៍ "4R" និងយន្តការស្ថាប័នគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង នៅខេត្តសៀមរាប អមជាមួយវិធានការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាប្រព្រឹត្តកម្ម និងកែច្នៃ) ដែលគួរត្រូវពិចារណា ព្រោះយើងអាចកាត់បន្ថយសម្ពាធនៃការទុកដាក់សំរាមនៅទីលានចាក់សំរាម និងការទាញយកប្រយោជន៍ពីសំរាម ដោយអាចកែច្នៃសំរាមជាអគ្គិសនី។ ដូច្នេះ ការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹងនៅខេត្តសៀមរាប ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម៖

- ***សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង នៅខេត្តសៀមរាប***

វិធានការជាអាទិភាពសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង នៅខេត្តសៀមរាប តាមរយៈ **១).** ការពង្រឹងសមត្ថភាពអនុវត្ត**គោលការណ៍ "4R"** នៅតាមខ្សែចង្វាក់នៃប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសក្នុងការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង នៅខេត្តសៀមរាប ដែលរួមមានទាំងកាត់បន្ថយបរិមាណសំណល់ ឱ្យបានជាអតិបរមាតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ដោយអនុវត្តវិធានការនៅដើមខ្សែ និងតម្រូវការកែច្នៃឡើងវិញនូវកាកសំណល់ដែលអាចកែច្នៃបាន នៅទីលានចាក់សំរាមនៅចុងខ្សែ, **២).** ការរៀបចំយន្តការស្ថាប័នអនុវត្តប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង នៅខេត្តសៀមរាប សម្រាប់ឆ្នាំ២០២១-២០៣៥ តាមរយៈការដាក់ចេញនូវ**យន្តការថ្មីមួយ** ***(ក្នុងនោះមានការសិក្សារៀបចំបង្កើត "រដ្ឋាករស្វយ័តគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង ខេត្តសៀមរាប" ដែលជាអ្នកគ្រប់គ្រងដើមខ្សែ និង "រដ្ឋាករគ្រប់គ្រងការទុកដាក់ចុងក្រោយ" (ចុងខ្សែ) ដែលត្រូវសម្រេចដោយអនុក្រឹត្យរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា)*** និង **៣).ការរៀបចំទីលានចាក់សំរាមថ្មី**មួយទៀតនៅទីតាំងសមស្របនៅខេត្តសៀមរាប[10] ក្នុងរយៈពេលមធ្យមប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសំរាមសំណល់រឹង នៅខេត្តសៀមរាបត្រូវរៀបចំឡើងដោយមានភាពស៊ីចង្វាក់គ្នាតាំងពីដើមខ្សែ[11] រហូតដល់ចុងខ្សែ[12] (របចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងសំរាមសំណល់រឹងដូចមានក្នុងរូបភាពទី៩ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

---

*[10] ដោយបច្ចុប្បន្ន ទីលានចាក់សំរាមទំហំ៨ហិចតា មានទីតាំងក្នុងភូមិអន្លង់ពីរ ឃុំក្រពាំងធំ ស្រុកប្រាសាទបាគង ចម្ងាយប្រហែល ២០គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តសៀមរាប។*

*[11] **ការគ្រប់គ្រងដើមខ្សែ៖** ការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង ចាប់តាំងពីប្រភពបង្កើតសំណល់ ការប្រមូល និងដឹកជញ្ជូនការគ្រប់គ្រងស្ថានីយស្តុកបណ្តោះអាសន្ន គឺត្រូវក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ **រដ្ឋាករស្វយ័តគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង ខេត្តសៀមរាប** ដែលស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់រដ្ឋបាលខេត្តសៀមរាប។*

*[12] **ការគ្រប់គ្រងចុងខ្សែ៖** ការគ្រប់គ្រងទីលានទូរម ការទាញយកធនធាន និងការកែច្នៃសំណល់រឹងផលិតជាថាមពលអគ្គិសនីជាដើម គួរស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ **រដ្ឋាករគ្រប់គ្រងការទុកដាក់ចុងក្រោយ** ដែលមានអាណត្តិ នៃការគ្រប់គ្រងលក្ខណៈអន្តរស្ថាប័ន ដើម្បីឱ្យស្របគ្នានឹងការគ្រប់គ្រងរដ្ឋបាលសាធារណៈ។*

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលក្នុងការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង នៅខេត្តសៀមរាប**

ជាក់ស្តែង បច្ចេកទេសមួយចំនួនបានចូលរួមដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនានានៅលើសកលលោកក្នុងការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង ដែលគួរសិក្សារៀបចំអនុវត្តនៅខេត្តសៀមរាប ក្នុងនោះរួមមាន : **បច្ចេកទេសទី១.** ការតាមដាន និងការបង់ថ្លៃសេវាសំរាម តាមរយៈប្រព័ន្ធឌីជីថល, **បច្ចេកទេសទី២.** ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធជីភីអេស សម្រាប់តាមដានការប្រមូលសំរាមដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងកាកសំណល់ ព្រមជាមួយកម្មវិធីដែលបង្ហាញអ្នកប្រើប្រាស់នូវទីតាំងរថយន្តប្រមូលសំរាមនៅលើប្រព័ន្ធ បានយ៉ាងងាយស្រួល[13], **បច្ចេកទេសទី៣.** បង្កើតផ្សារសំរាមអនឡាញ សម្រាប់ការទិញ លក់ សំណល់ដែលអាចកែច្នៃបាន និង **បច្ចេកទេសទី៤.** បច្ចេកវិទ្យាតាមដាន និងត្រួតពិនិត្យការចាក់សំរាមខុសច្បាប់ ជាដើម។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : បង្កើតប្រព័ន្ធហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់កិច្ចគាំពារបរិស្ថាននៅខេត្តសៀមរាប**

តាមរយៈ **១).** បង្កើតឱ្យមាននិរន្តរភាពហិរញ្ញវត្ថុ ប្រព័ន្ធប្រមូលថ្លៃសេវារួមគ្នា ដើម្បីពង្រឹងហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ផ្នែកបរិស្ថានសំរាម សំណល់រឹង នៅខេត្តសៀមរាប, **២).** ពង្រឹងលទ្ធភាពប្រមូលចំណូលលើការបង់ថ្លៃរបស់ម្ចាស់សំណល់ និងចំណូលពន្ធរបស់រដ្ឋបាលខេត្ត (ដូចមានក្នុងតារាងទី៩ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤ : ពង្រឹងចលនាប្រឡងប្រណាំង "ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ"**

តាមរយៈ **១).** បន្តជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំង **"ទីក្រុងស្អាត" "ស្រុកស្អាត"** និង **"ទីប្រជុំជនស្អាត"**, **២).** ជំរុញយុទ្ធនាការ **"ការរស់នៅស្អាត"** និងយុទ្ធនាការ **"គ្មានថង់ប្លាស្ទិក"** នៅតាមទីតាំងទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ជាអាទិ៍ តំបន់អង្គរ, តំបន់ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន និងមណ្ឌលអាជីវកម្មទេសចរណ៍ធ្មើៗនៅខេត្តសៀមរាប, **៣).** ពង្រឹងការចូលរួមចលនាប្រឡងប្រណាំង **"ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ បដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ"** និង **៤).** លើកកម្ពស់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលមានការគិតគូរបរិស្ថាន តាមរយៈស្តង់ដា **"រង្វាន់សម្តេចតេជោនាយករដ្ឋមន្ត្រីសម្រាប់ធុរកិច្ចបៃតងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍"**។

## ២- ការលើកកម្ពស់តំបន់បៃតង

ផ្អែកតាមស្តង់ដា **"ទីក្រុងស្អាត"** ការគ្រប់គ្រងតំបន់បៃតង គឺជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់នៃការគាំទ្របរិស្ថាន ស្អាត ក្នុងនោះការកែលម្អសួនច្បារក្នុងក្រុងសៀមរាប និងការបង្កើតឱ្យមានសួនទេសចរណ៍ គឺជាផ្នែកមួយសំខាន់ក្នុងការលើកកម្ពស់តំបន់បៃតង។ ដើម្បីសម្រេចយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ការលើកកម្ពស់តំបន់បៃតងត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : រៀបចំកែលម្អសួនច្បារ និងអភិរក្សដើមឈើធំៗក្នុងក្រុងសៀមរាប**

តាមរយៈការបង្កើតគម្រោងអភិរក្សដើមឈើចាស់ៗនៅតាមផ្លូវនៅតំបន់កណ្តាលក្រុងសៀមរាប ដោយប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រអនុវត្ត (ជាអាទិ៍ កំណត់អត្តសញ្ញាណ បញ្ជីសារពើភណ្ឌ ការរចនា និងការពារដោយវិធានការជាក់លាក់) និងក៏ដូចជាការការពារព្រៃឈើក្នុងតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរផងដែរ។

---

[13] បច្ចុប្បន្ន កម្ពុជាមានបច្ចេកវិទ្យា**ធុងសំរាមឆ្លាតវៃ (Smart Bin)** ដែលគួរដាក់ប្រើប្រាស់នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប។ ធុងសំរាមឆ្លាតវៃ គឺជាធុងដែលមានឧបករណ៍ចាប់សញ្ញា កំណត់ប្រភេទសំរាម និងអាចផ្តល់សញ្ញាប្រាប់នៅពេលធុងសំរាមពេញចំណុះ ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : បង្កើតឱ្យមាន "សួនទេសចរណ៍"**

តាមរយៈការដាក់ចេញជាយុទ្ធនាការ **"ទេសចរម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម" "គូស្រករមួយគូ ដើមឈើមួយដើម"** និង **"យុវជនម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម"**។ល។

### ៣- ការការពារប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធម្មជាតិ

ដើម្បីទ្រទ្រង់ដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបនាពេលអនាគត គឺត្រូវរួមគ្នាពង្រឹងបន្ថែមការការពារបរិស្ថាន និងធនធានធម្មជាតិ ពិសេសកិច្ចគាំពារប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធម្មជាតិ នៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍សំខាន់ៗនៃខេត្តសៀមរាប ពិសេសតំបន់បឹងទន្លេសាប។ ដើម្បីធានាចីរភាពនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធម្មជាតិនេះ ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្ត ដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ពង្រឹង និងពង្រីកភារកិច្ច កាតព្វកិច្ច និងការទទួលខុសត្រូវរបស់រដ្ឋបាលខេត្ត លើការគ្រប់គ្រង ការការពារ និងការថែរក្សាដែនព្រៃលិចទឹក និងព្រៃលិចទឹក**

តាមរយៈការកៀរគរការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ **"រដ្ឋ-ឯកជន-ប្រជាពលរដ្ឋ/ភ្ញៀវទេសចរ-ដៃគូអភិវឌ្ឍ"** សហការក្នុងការទប់ស្កាត់បទល្មើសធនធានធម្មជាតិ ដែលប៉ះពាល់ដល់ដែនព្រៃលិចទឹក និងព្រៃលិចទឹក នៅខេត្តសៀមរាប ពិសេសនៅតំបន់បឹងទន្លេសាប។ សកម្មភាពជាយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការងារនេះ រួមមាន : **១).** បញ្ជ្រាបការយល់ដឹង និងផ្សព្វផ្សាយអំពីអត្ថប្រយោជន៍នៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធម្មជាតិ, **២).** ពង្រឹងការអនុវត្តច្បាប់ និងលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តចាំបាច់នានា បម្រើដល់ការអភិរក្សប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធម្មជាតិ នៅខេត្តសៀមរាប និង **៣).** សហការជាមួយក្រសួង-ស្ថាប័ន អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ និងភាគីពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីអភិរក្សប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធម្មជាតិ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២. រៀបចំឱ្យមានយន្តការអន្តរស្ថាប័នមួយ ដើម្បីសម្របសម្រួល ការពារ និងដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធម្មជាតិ**

តាមរយៈការកំណត់ឱ្យ**ក្រុមការងារអន្តរក្រសួងគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍសហគមន៍ទេសចរណ៍ និងអេកូទេសចរណ៍** ជាសេនាធិការឱ្យរាជរដ្ឋាភិបាល ក្នុងការសម្របសម្រួល ការពារ និងដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធម្មជាតិនៅខេត្តសៀមរាប ពិសេសនៅតំបន់បឹងទន្លេសាប។ ក្រុមការងារអន្តរក្រសួងនេះ ត្រូវរៀបចំយន្តការតាមដាន និងត្រួតពិនិត្យ អមជាមួយសូចនាករគន្លឹះ និងរបាយការណ៍វឌ្ឍនភាពប្រចាំឆមាស និងប្រចាំឆ្នាំ។

## ផ្នែកទី៦ : យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងពង្រឹងការតភ្ជាប់គាំទ្រវិស័យទេសចរណ៍

ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប (ឆ្ពោះទៅឆ្នាំ២០៣៥) ត្រូវផ្សារភ្ជាប់នឹងការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងពង្រឹងការតភ្ជាប់។ បច្ចុប្បន្ននេះ ខេត្តសៀមរាបមានអំណោយផលល្អក្នុងការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ និងវិនិយោគ ដោយសារមានការតភ្ជាប់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទាំងផ្លូវទឹក ផ្លូវគោក និងផ្លូវអាកាសរួចស្រាប់ទៅហើយ។

ខាងក្រោមនេះ ជាសកម្មភាព និងយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងពង្រឹងការតភ្ជាប់មកខេត្តសៀមរាប ដើម្បីគាំទ្រការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥÷

### ១- ការជំរុញការតភ្ជាប់ផ្ទៃក្នុង និងអន្តរជាតិ

ដើម្បីគាំទ្រការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ស្របតាមចក្ខុវិស័យបានលើកឡើងខាងលើផែនការមេតម្រូវឱ្យគិតគូរពីការជំរុញការតភ្ជាប់មកកាន់ខេត្តសៀមរាប ទាំងការតភ្ជាប់មកពីអន្តរជាតិ និងការតភ្ជាប់ផ្ទៃក្នុង។

## ១.១- ការជំរុញការតភ្ជាប់ពីអន្តរជាតិមកខេត្តសៀមរាប

បច្ចុប្បន្ន អាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិនៅខេត្តសៀមរាប ពុំទាន់មានលទ្ធភាពទទួលការចុះចតយន្តហោះខ្នាតធំ និងការហោះហើរត្រង់ពីទីផ្សារអឺរ៉ុបនៅឡើយទេ ដែលធ្វើឱ្យភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិធ្វើដំណើរតាមផ្លូវអាកាសចម្ងាយឆ្ងាយ ពីទីផ្សារអឺរ៉ុប អាម៉េរិក ពេលខ្លះត្រូវបានផ្ទេរជើងហោះហើរ និងត្រូវឈប់ឆ្លងកាត់ នៅទីក្រុងបាងកក ឬហូជីមិញ ឬសិង្ហបុរី ដែលតម្រូវឱ្យពួកគេចំណាយពេលច្រើនមុននឹងមកដល់ខេត្តសៀមរាប។ ដើម្បីជំរុញការតភ្ជាប់ពីអន្តរជាតិមកខេត្តសៀមរាប ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ពង្រឹងសមត្ថភាពក្រុមហ៊ុនអាកាសចរជាតិរបស់កម្ពុជា** ដោយត្រូវមានលទ្ធភាពហោះទៅកាន់ទីផ្សារទេសចរណ៍អាទិភាព ទាំងទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ និងទីផ្សារទេសចរណ៍ផ្លូវឆ្ងាយ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ពង្រឹង និងបង្កើនការធ្វើដំណើររយៈពេលខ្លី សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ (ពិសេសទេសចរមកពីតំបន់អាស៊ាន ចិន ជប៉ុន កូរ៉េ)ហោះត្រង់មកខេត្តសៀមរាបឱ្យកាន់តែច្រើន :** តាមរយៈការពិចារណាលើការកែសម្រួលថ្លៃចុះចត និង/ឬ ការពន្យាររយៈពេលចូលចតមិនគិតថ្លៃឱ្យយូរជាងមុន ដើម្បីលើកទឹកចិត្ត និងទាក់ទាញក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍នានា ឱ្យធ្វើការហោះហើរមកកាន់អាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិខេត្តសៀមរាបបានកាន់តែច្រើន។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : រៀបចំឱ្យមានការធ្វើដំណើរហោះហើរត្រង់ចម្ងាយឆ្ងាយ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ** តាមរយៈ **១).** ការពង្រឹងសមត្ថភាពព្រលានយន្តហោះខេត្តសៀមរាប ដោយត្រូវពិនិត្យយ៉ាងហ្មត់ចត់លើលក្ខខណ្ឌបច្ចេកទេសនៃការចុះចតផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងសមត្ថភាពនៃអាកាសយានដ្ឋានបច្ចុប្បន្ន និងលក្ខខណ្ឌបច្ចេកទេសនៃសំឡេងរំញ័រដល់ប្រាសាទ ដែលកំណត់ដោយអាជ្ញាធរជាតិអប្សរា ដើម្បីបង្កើនលទ្ធភាព នៃការហោះហើរ ការចុះចតនៃប្រភេទយន្តហោះធុនធំ (ខ្នាតកូដE ឬF) នាពេលអនាគត និង **២).** ក្នុងរយៈពេលមធ្យម និងវែង ដាក់ឱ្យដំណើរការនូវព្រលានយន្តហោះថ្មីនៅខេត្តសៀមរាប ដែលអាចទទួលភ្ញៀវទេសចរតាមការព្យាកររបស់ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប នាឆ្នាំ២០៣៥។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤ : សម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ឱ្យមានភាពបត់បែន និងងាយស្រួល** តាមរយៈ **១).** បង្កើនការសម្រួលការធ្វើដំណើរតាមច្រកទ្វារអន្តរជាតិឱ្យកាន់តែប្រសើរថែមទៀត, **២).** សម្រួលឱ្យមានការធ្វើដំណើរសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរមកពីប្រទេសជិតខាង ពិសេសតាមផ្លូវគោក តាមរយៈការអនុញ្ញាតឱ្យប្រើប្រាស់រថយន្តចេញ-ចូលខេត្តសៀមរាបឱ្យបានកាន់តែងាយស្រួល និងសម្រួលដល់ទិដ្ឋាការធ្វើដំណើរដោយអាចប្រើប្រាស់ប័ណ្ណឆ្លងកាត់ព្រំដែន ចូលមកកម្សាន្តក្នុងខេត្តសៀមរាបបាន។

## ១.២- ការជំរុញការតភ្ជាប់ផ្ទៃក្នុងមកកាន់ខេត្តសៀមរាប

គិតគូរលើការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវគោក (ផ្លូវថ្នល់) ផ្លូវអាកាស (ភ្នំពេញ-សៀមរាប, សៀមរាប-ខេត្តព្រះសីហនុ) និងផ្លូវទឹក (ភ្នំពេញ-សៀមរាប)។ ទន្ទឹមនឹងនោះ គួរពិចារណាឱ្យមានការតភ្ជាប់ផ្លូវដែក (សៀមរាប-ភ្នំពេញ, សៀមរាប-ខេត្តព្រះសីហនុ និងសៀមរាប-បន្ទាយមានជ័យ-ប៉ោយប៉ែតឆ្ពោះទៅប្រទេសថៃ) សម្រាប់ពេលអនាគត។

ដើម្បីជំរុញការតភ្ជាប់ផ្ទៃក្នុងមកកាន់ខេត្តសៀមរាប និងបង្កើនភាពទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក ចាំបាច់ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ពង្រឹងការតភ្ជាប់ការហោះហើរបម្រើឱ្យចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក**

តាមរយៈការបង្កើនសមត្ថភាពនៃការហោះហើរក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ក្នុងស្រុកនានា ដោយភ្ជាប់ការហោះហើររវាងខេត្តសៀមរាប-រាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្តសៀមរាប-ខេត្តព្រះសីហនុ ក្នុងតម្លៃសមរម្យជាដើម។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ពង្រឹងការតភ្ជាប់ផ្លូវគោក (ផ្លូវថ្នល់) តភ្ជាប់គោលដៅនានា និងជាមួយតំបន់បេតិកភណ្ឌពិភពលោកផ្សេងៗទៀតរបស់កម្ពុជា** សំដៅបង្កើតឱ្យមានផ្លូវទេសចរណ៍បម្រើឱ្យចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង និងទេសចរណ៍ធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង (Self-driving Tour)។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : ពង្រឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងបង្កើតឱ្យមានបទពិសោធន៍ល្អនៅតាមដងផ្លូវទេសចរណ៍** តាមរយៈ **១).** បង្កើតឱ្យមានផលិតផលទេសចរណ៍សម្បូរបែប និងភាពទាក់ទាញនៅតាមបណ្ដោយផ្លូវទេសចរណ៍នោះ, **២).** រៀបចំឱ្យមានស្ថានីយចំណត តាមបណ្ដោយផ្លូវទេសចរណ៍, **៣).** បន្តពង្រឹងសុវត្ថិភាពចរាចរណ៍, **៤).**បំពាក់សញ្ញាចរាចរណ៍ និងស្លាកសញ្ញាផ្ដល់ព័ត៌មាន លើផ្លូវតភ្ជាប់គោលដៅទេសចរណ៍ទាំងអស់ រចនាឡើងដោយប្រើបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ ក្នុងបរិបទឧស្សាហកម្ម ៤.០, **៥).** ពង្រឹងផែនការគ្រប់គ្រងចរាចរណ៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ ដោយត្រូវពង្រឹងការអនុវត្ត និងផ្សព្វផ្សាយច្បាប់ចរាចរណ៍ដល់ភ្ញៀវទេសចរឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងទូលំទូលាយ, **៦).** សម្រួលនីតិវិធីក្នុងការចេញ-ចូលរថយន្តទេសចរណ៍ ពិសេសរថយន្តត្រូវសារមកកាន់ខេត្តសៀមរាប តាមរយៈការបង្កើតឱ្យមានមជ្ឈមណ្ឌលសម្របសម្រួលទេសចរនៅតាមច្រកទ្វារអន្តរជាតិដែលមានការតភ្ជាប់មកកាន់ខេត្តសៀមរាប និង **៧).** គួរសម្រួលឱ្យមានបណ្ណចេញ-ចូល តាមរយៈការប្រើប្រាស់បណ្ណឆ្លងកាត់ព្រំដែន សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ (ថៃ ឡាវ) ដែលរស់នៅតាមបណ្ដាខេត្តជាប់ព្រំដែនរបស់កម្ពុជា ចូលមកកម្សាន្តនៅខេត្តសៀមរាប។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤ : បង្កើនសមត្ថភាពការតភ្ជាប់ផ្លូវដែកនាពេលអនាគត** ដោយគិតគូរការតភ្ជាប់ផ្លូវដែកល្បឿនលឿន ពីខេត្តសៀមរាប-ភ្នំពេញ ឬ ខេត្តសៀមរាប-ខេត្តព្រះសីហនុ និងត្រូវសិក្សាលទ្ធភាពរថភ្លើងអគ្គិសនីតភ្ជាប់ទៅតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពទាំង ៦ នៅខេត្តសៀមរាបផងដែរ ក្នុងរយៈពេលវែង។

## ២- ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យបានជាអតិបរមា

ដើម្បីគាំទ្រការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រ (ទឹក ភ្លើង និងសេវាទូរគមនាគមន៍-អ៊ីនធឺណិត) មានសារៈសំខាន់សម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា និងក៏ដូចជាខេត្តសៀមរាប។

### ២.១- ការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទឹកស្អាតបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

តម្រូវការទឹកស្អាតក្នុងក្រុងសៀមរាបសម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋ និងភ្ញៀវទេសចរមានសន្ទុះកើនឡើងយ៉ាងខ្លាំង ដែលជាហេតុធ្វើឱ្យរដ្ឋាករទឹកស្វយ័តសៀមរាប និងរដ្ឋបាលខេត្តសៀមរាប បាននិងកំពុងខិតខំកៀរគរការ វិនិយោគដើម្បីបន្តពង្រីកសមត្ថភាពផ្គត់ផ្គង់ទឹកស្អាតឱ្យស្របតាមកំណើននៃការអភិវឌ្ឍតាមគ្រប់រូបភាព ទាំងការវិនិយោគលើការសាងសង់រោងចក្រទឹកស្អាត ការដាក់បំពង់មេនាំទឹក និងការចែកចាយទឹកស្អាតដើម្បីពង្រីកវិសាលភាព។

ទន្ទឹមនេះ តម្រូវការទឹកស្អាតនៅខេត្តសៀមរាបពី ឆ្នាំ២០២១ ដល់ឆ្នាំ២០៣៥ : យោងសមត្ថកិច្ចរបស់រដ្ឋាករទឹកស្វយ័តសៀមរាប បរិមាណទឹកស្អាតប្រើប្រាស់ជាមធ្យមរបស់ភ្ញៀវទេសចរគឺ **៤០០ លីត្រ/នាក់/ថ្ងៃ** ច្រើនជាងទ្វេដងធៀបនឹងប្រជាពលរដ្ឋ **(១៥៧លីត្រ/នាក់/ថ្ងៃ)** ប៉ុន្តែតម្រូវការទឹករបស់ទេសចរមានការប្រែប្រួលតាមរដូវកាល និងស្ថិតនៅជាមួយអាជីវកម្មទេសចរណ៍។ ដូចនេះសមត្ថកិច្ចក្នុងការប៉ាន់ស្មានក៏ដូចជាការព្យាករក្នុងរយៈពេលខ្លី

ទេសចរម្នាក់ប្រើប្រាស់ទឹកស្អាត **៤០០ លីត្រ/នាក់/ថ្ងៃ**, ក្នុងរយៈពេលមធ្យម បរិមាណនៃការប្រើប្រាស់ទឹកស្អាតចំនួន **៣៥០លីត្រ/នាក់/ថ្ងៃ** និង **៣០០លីត្រ/នាក់/ថ្ងៃ** សម្រាប់រយៈពេលវែង នេះអាស្រ័យលើការប្រើប្រាស់ទឹកស្អាតរបស់ភ្ញៀវទេសចរ ក៏ដូចជាប្រជាពលរដ្ឋមានការថយចុះពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ តាមរយៈការយល់ដឹងអំពីការសន្សំសំចៃនៃការប្រើប្រាស់ទឹក រួមទាំងការប្រើប្រាស់នូវបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីជួយការកាត់បន្ថយការបាត់បង់ទឹក (ទិន្នន័យលម្អិតមានក្នុងតារាងទី១០ និងទី១១ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

ដើម្បីចូលរួមដល់ការសម្រេចបានចក្ខុវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបនៅឆ្នាំ២០៣៥ ក៏ដូចជាដើម្បីឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការប្រើប្រាស់ទឹកស្អាតបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ ចាំបាច់ត្រូវអភិវឌ្ឍន៍ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទឹកស្អាតបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប ដោយត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ថែរក្សាប្រភពធនធានទឹកដើម្បីបម្រើការផ្គត់ផ្គង់ទឹកស្អាត**

តាមរយៈ **១).** ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការផ្គត់ផ្គង់ទឹកក្នុងក្រុងសៀមរាបចាំបាច់ត្រូវធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវបរិមាណទឹកបារាយណ៍ដែលមានស្រាប់ និងនាពេលអនាគតសម្រាប់ទឹកនៅបឹងទន្លេសាបដើម្បីឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការទឹកនាពេលអនាគត និង **២).** បង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការរក្សាធនធានទឹក ចាំបាច់ត្រូវរៀបចំផែនការអភិវឌ្ឍអាងទន្លេ/ស្ទឹងទាំងមូល ក៏ដូចជាតំបន់ស្តុកទឹកក្រោមដី ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : កែលម្អភាពស្អាតនៃទន្លេ និងបរិស្ថានទឹក**

តាមរយៈការរក្សាគុណភាពទឹក ចាំបាច់ត្រូវមានការគិតគូរពីភាពស្អាត អនាម័យ ដោយបង្កើតកម្មវិធីស្តារ និងថែរក្សាស្ទឹងសៀមរាបឱ្យមាននិរន្តរភាពដើម្បីបម្រើឱ្យជាប្រយោជន៍ទេសចរណ៍ និងជាប្រភពទ្រទ្រង់ការផ្គត់ផ្គង់ទឹកស្អាតផងដែរ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : ធ្វើឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើងនូវសេវាកម្មផ្គត់ផ្គង់ទឹក ដើម្បីពង្រីកវិសាលភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងទឹកស្អាតទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់**

តាមរយៈការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រង និងការប្រើប្រាស់ទឹកនៅខេត្តសៀមរាប(២០២១-២០៣៥) ដោយត្រូវមានការតាមដានស្ថានភាពទឹក និងធានាឱ្យបាននូវនិរន្តរភាពនៃធនធានទឹក ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រង ក៏ដូចជាការប្រើប្រាស់ទឹកទាំងនៅលើដី និងទឹកនៅក្រោមដី ដើម្បីត្រៀមឆ្លើយតបនឹងកំណើននៃការប្រើប្រាស់ទឹករបស់ប្រជាពលរដ្ឋ ភ្ញៀវទេសចរ និងការប្រើប្រាស់ផ្សេងៗទៀត ក៏ដូចជាដើម្បីថែទាំប្រាសាទក្នុងតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ ផងដែរ។

## ២.២- ការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធអគ្គិសនី បម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប

វិស័យថាមពលអគ្គិសនីដើរតួនាទីសំខាន់គាំទ្រកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍ពីគ្រប់វិស័យ ធានាការផ្គត់ផ្គង់ដែលមានគុណភាព ស្ថិរភាព និងបម្រើឱ្យជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជន និងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច តាមរយៈការជំរុញការវិនិយោគ បង្កើតការងារ ការអភិវឌ្ឍនៅតាមមូលដ្ឋាន និងរួមចំណែកកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រប្រជាពលរដ្ឋ។

ជាមួយសម្មតិកម្មលើការប្រើប្រាស់ថាមពលអគ្គិសនីរបស់ភ្ញៀវទេសចរត្រូវចែកជា **៣ ដំណាក់កាល : ១).** សម្រាប់ **រយៈពេលខ្លី** ពីឆ្នាំ២០២១-២០២៣ ភ្ញៀវទេសចរប្រើប្រាស់ថាមពលអគ្គិសនី **២៩,៤២ គីឡូវ៉ាត់/នាក់/ថ្ងៃ, ២).** សម្រាប់ **រយៈពេលមធ្យម** ពីឆ្នាំ២០២៤-២០៣០ ភ្ញៀវទេសចរប្រើប្រាស់ថាមពលអគ្គិសនី ២៥ គីឡូវ៉ាត់/នាក់/ថ្ងៃ និង **៣).** សម្រាប់**រយៈពេលវែង**ពីឆ្នាំ ២០៣១-២០៣៥ ភ្ញៀវទេសចរត្រូវការប្រើប្រាស់ថាមពលអគ្គិសនី **២២ គីឡូវ៉ាត់/នាក់/ថ្ងៃ** ដោយសារការប្រើប្រាស់ថាមពលអគ្គិសនីមានការថយចុះពីមួយរយៈពេលទៅមួយរយៈពេល ដែលបង្ហាញពី

ការសន្សំសំចៃនៃការប្រើប្រាស់របស់ភ្ញៀវទេសចរ និងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាក្នុងការសន្សំសំចៃថាមពលរបស់អាជីវកម្មទេសចរណ៍។ ដូចនេះ ការព្យាករតម្រូវការប្រើប្រាស់ថាមពលអគ្គិសនី សម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ពី ឆ្នាំ ២០២១ ដល់ឆ្នាំ២០៣៥ នៅក្នុងខេត្តសៀមរាប (ដូចមានបង្ហាញក្នុងតារាងទី១២ និងទី១៣ នៃឧបសម្ព័ន្ធ)។

ផែនការមេ លើកទឹកចិត្តឱ្យអគ្គិសនីកម្ពុជា រៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រង និងប្រើប្រាស់ថាមពលអគ្គិសនីនៅខេត្តសៀមរាបឆ្នាំ ២០២១-២០៣៥ មួយច្បាស់លាស់ ស្របតាមចក្ខុវិស័យដោយសម្រេចឱ្យបានការផ្គត់ផ្គង់អគ្គិសនី **១០០%** នៅទូទាំងខេត្តសៀមរាបនៅឆ្នាំ២០៣៥ និងលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការគិតគូរលើការប្រើប្រាស់ថាមពលបៃតង និងការប្រើប្រាស់ថាមពលកកើតឡើងវិញ ដូចជា ថាមពលប្រើពន្លឺព្រះអាទិត្យ ប៉ុន្តែអាចធានានូវស្ថិរភាព គុណភាព និងនិរន្តរភាពនៃការផ្គត់ផ្គង់ថាមពលអគ្គិសនី។

### ២.៣- ការកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវតភ្ជាប់គោលដៅទេសចរណ៍ឱ្យស្ថិតសមជា "ផ្លូវទេសចរណ៍"

យោងតាមលទ្ធផលអង្កេតភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិមកទស្សនាខេត្តសៀមរាប២០១៩ យល់ឃើញថា ប្រមាណ **៣/៤** បានស្នើឱ្យមានការរៀបចំហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវក្នុងខេត្តសៀមរាបឱ្យបានល្អប្រសើរឡើង ខណៈដែលការស្នើឱ្យរៀបចំផ្លូវថ្មើរជើងសម្រាប់ទេសចរមានប្រមាណ **៧៣% និង ២/៣** ស្នើឱ្យរៀបចំចំណតរថយន្ត និងបង្គន់សាធារណៈធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង។ ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរ និងតម្រូវការរបស់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប ត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : រៀបចំកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវក្នុងក្រុងសៀមរាប**

ដើម្បីកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវក្នុងក្រុងសៀមរាប រាជរដ្ឋាភិបាលបានបង្កើតគណៈកម្មការអន្តរក្រសួងមួយតាមរយៈ សេចក្តីសម្រេច លេខ ៩០.សសរ របស់រាជរដ្ឋាភិបាល ចុះថ្ងៃទី៨ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២០ ស្តីពីការបង្កើតគណៈកម្មការអន្តរក្រសួងដើម្បីសិក្សា និងអនុវត្តគម្រោងស្ថាបនាហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវចំនួន ៣៨ខ្សែ នៅក្រុងសៀមរាប ខេត្តសៀមរាប ដែលមាន **សម្តេចពិជ័យសេនា ទៀ បាញ់ ឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រី រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងការពារជាតិ** ជាប្រធានគម្រោងកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវក្នុងក្រុងសៀមរាបជាអាទិភាពមានចំនួន **៣៨ខ្សែ**[14]។ ដើម្បីកែលម្អផ្លូវខាងលើនេះឱ្យក្លាយជាផ្លូវទេសចរណ៍ដែលអាចបម្រើឱ្យការធ្វើដំណើររបស់ប្រជាពលរដ្ឋ និងភ្ញៀវទេសចរផ្លូវនីមួយៗត្រូវគិតគូរ : **១).** ផ្លូវសម្រាប់ការបែងចែកការធ្វើដំណើររបស់រថយន្ត, **២).** ផ្លូវទេសចរណ៍ថ្មើរជើង, **៣).** ផ្លូវសម្រាប់ម៉ូតូ, **៤).** ផ្លូវសម្រាប់ជិះកង់, **៥).** ផ្លូវសម្រាប់ជនពិការ, **៦).** សួនអមសងខាងផ្លូវ, **៧).** ការបំពាក់សម្ភារទេសចរណ៍ចាំបាច់។ គម្រោងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនេះត្រូវមានប្លង់មេលម្អិតមួយដោយឡែក។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ពង្រីក និងកែលម្អផ្លូវតភ្ជាប់ទៅកាន់តំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាព**

តាមរយៈការដាក់ឱ្យអនុវត្តនូវការស្ថាបនាពង្រីក និងកែលម្អផ្លូវទៅកាន់តំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាព នៅក្នុងខេត្តសៀមរាបដូចជា **១).** ការស្ថាបនាកំណាត់ផ្លូវអង្គរឃ្យុងយូ (ផ្លូវ ៦០ m) ភ្ជាប់ទៅផ្លូវ N. ៦៦ និងបន្តទៅផ្លូវស្រុក

---

[14] *ការស្ថាបនាហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវក្រុង ៣៨ខ្សែ ត្រូវកំណត់ជា ៨ប្រភេទ÷ (ទី១ ÷ ផ្លូវក្រវាត់ក្រុង កំណាត់ទី១ មានទទឹងផ្លូវទំហំ ១៥,៥ម៉ែត្រ, ទី២ ÷ ផ្លូវក្រវាត់ក្រុង កំណាត់ទី២ មានទទឹងផ្លូវទំហំ ១៩,១ម៉ែត្រ, ទី៣ ÷ ផ្លូវមានទទឹងផ្លូវទំហំ ១៤ម៉ែត្រ, ទី៤ ÷ ផ្លូវមានទទឹងផ្លូវទំហំ ១២,១ម៉ែត្រ, ទី៥ ÷ ផ្លូវមានទទឹងផ្លូវទំហំ ៩ម៉ែត្រ, ទី៦ ÷ ផ្លូវមានទទឹងផ្លូវទំហំ ១៨,១ម៉ែត្រ, ទី៧ ÷ ផ្លូវអមសងខាងប្រឡាយទឹក, ទី៨ ÷ ផ្លូវប្រមមាត់ស្ទឹងសៀមរាប) (ប្រភព÷ សៀវភៅ គម្រោងស្ថាបនាហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវក្រុងក្នុងខេត្តសៀមរាប របស់គណៈកម្មការអន្តរក្រសួងដើម្បីសិក្សា និងអនុវត្តគម្រោងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវចំនួន ៣៨ខ្សែ នៅក្រុងសៀមរាប ខេត្តសៀមរាប ។*

នៃឃុំកន្ទ្រាំង (ប្រវែងប្រមាណ ៦,៦ km) ដើម្បីភ្ជាប់តំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មី និងព្រលានយន្តហោះអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរមកក្រុងសៀមរាប, **២).** ការពង្រីក និងកែលម្អផ្លូវដែលមានស្រាប់ ដូចជា ផ្លូវ N.៦៦, ផ្លូវ N.៦៤, ផ្លូវម៉ាឡេ, ផ្លូវយុទ្ធសាស្ត្រ សម្តេចតេជោ (ផ្លូវសាលានគរបាល), **៣).** ការពង្រីក និងកែលម្អទទឹងផ្លូវស្រុកដែលមានស្រាប់ទៅតំបន់ទេសចរណ៍ប្រាសាទបន្ទាយស្រី ចម្ងាយ ៤ Km ចាប់ពីចំណុចប្រសព្វរង្វង់មូលភ្នំគូលែន, **៤).** ការពង្រីក និងកែលម្អទទឹងផ្លូវស្រុកដែលមានស្រាប់ទៅតំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មី ចម្ងាយ២៥គម ចាប់ពីចំណុចប្រសព្វផ្លូវ N.6 ត្រង់ផ្សារអង្គ្រងនៃភូមិអង្គ្រង រហូតទៅដល់ជើងភ្នំគូលែន, **៥).** ការពង្រីក និងកែលម្អទទឹងផ្លូវស្រុកដែលមានស្រាប់ទៅតំបន់ទេសចរណ៍បឹងទន្លេសាប **៦).** ការពង្រីក និងកែលម្អផ្លូវស្រុកដែលមានស្រាប់ទៅតំបន់ទេសចរណ៍ភ្នំគូលែន។

### ២.៤- ការពង្រឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសេវាទូរគមនាគមន៍ និងសេវាអ៊ីនធឺណិតបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

ការចាប់យកបច្ចេកវិទ្យា និងសេវាអ៊ីនធឺណិតល្បឿនលឿននៅខេត្តសៀមរាប ជាជម្រើសយុទ្ធសាស្ត្រមួយដែលផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដល់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មទាំងអស់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងវិស័យពាក់ព័ន្ធ ពិសេសស្របនឹងនិន្នាការនៃការធ្វើយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារតាមបែបឌីជីថលផ្សារភ្ជាប់វិស័យទេសចណ៍។ បច្ចុប្បន្ន កម្ពុជាមាន**ផែនការមេនៃប្រព័ន្ធ ICT កម្ពុជា ឆ្នាំ ២០២០** (Cambodia ICT Master Plan 2020)[15] និងគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍវិស័យទូរគមនាគមន៍ និងបច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីឆ្ពោះទៅការកសាង **"កម្ពុជា ៤.០"**។ ចំពោះខេត្តសៀមរាប ការពង្រឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសេវាទូរគមនាគមន៍ និងសេវាអ៊ីនធឺណិតគឺបានបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ដ៏សំខាន់ និងជាចលករជំរុញដោយឱ្យខេត្តនេះចាប់យកផលិតផលទេសចរណ៍ឌីជីថល ដែលអាចជួយលើកកម្ពស់ភាពប្រកួតប្រជែងនៃវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ជាអាទិ៍ បច្ចេកវិទ្យា 5G, ការប្រើប្រាស់គេហទំព័រ និងកម្មវិធីតាមទូរស័ព្ទ, បច្ចេកវិទ្យាទិន្នន័យមហាសាល (Big Data), បច្ចេកវិទ្យាអ៊ីនធឺណិតនៃសម្ភារៈ (Internet of Things), ប្រព័ន្ធប្លុកឆេង (Blockchain), បញ្ញាសិប្បនិម្មិត (Artificial Intelligence) និងថ្នាលបច្ចេកវិទ្យានានា ឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងយុគសម័យនៃបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម ៤.០[16]។ ដូច្នេះ ការពង្រឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសេវាទូរគមនាគមន៍ និងសេវាអ៊ីនធឺណិតបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបត្រូវដើរតាមសកម្មភាពអនុវត្តដូចខាងក្រោម÷

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី១ : ពង្រីកការផ្តល់សេវាកម្មអ៊ីនធឺណិតល្បឿនលឿន នៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពក្នុងខេត្តសៀមរាប** តាមរយៈការជំរុញបំពាក់អង់តែនទូរស័ព្ទ និងអ៊ីនធឺណិត នៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពទាំងអស់ ដោយផ្សារភ្ជាប់ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាល្បឿនលឿន ជាអាទិ៍បច្ចុប្បន្នមាន បច្ចេកវិទ្យា 4G និង 5G ។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី២ : ត្រូវបំពាក់ឱ្យមាន Wi-Fi** នៅតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរ និងតាមរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍សំខាន់ៗមួយចំនួននៅក្នុងខេត្តសៀមរាប។ ការបំពាក់ឱ្យមាន Wi-Fi គឺជាការឆ្លើយតបនឹង

---

[15] *ផែនការមេនៃប្រព័ន្ធ ICT កម្ពុជាឆ្នាំ ២០២០ មានគោលបំណងធ្វើឱ្យប្រទេសកម្ពុជាក្លាយជា សង្គមឆ្លាតវៃ និងរាជរដ្ឋាភិបាលឆ្លាតវៃ ដោយសារការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍ និងព័ត៌មាន។ ផែនការមេនេះ មានគោលដៅធំៗចំនួន០៣÷ ១). ដើម្បីធានាការតភ្ជាប់នៅថ្នាក់ជាតិ ដែលមានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យាដ៏រឹងមាំមួយ ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងសន្តិសុខអ៊ីនធឺណិត, ២). ដើម្បីផ្តល់សមត្ថភាពក្នុងការច្នៃប្រឌិតតាមរយៈការវិនិយោគនៅក្នុងឧស្សាហកម្មបច្ចេកវិទ្យាទូរគមនាគមន៍ និងព័ត៌មាន និងការស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍវិស័យឌីជីថល, ៣). បង្កើនសេវាកម្មអេឡិចត្រូនិក ដូចជាសេវាកម្មរាជរដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិក, សេវាសាធារណៈអេឡិចត្រូនិក, សេវាកម្មសេដ្ឋកិច្ច អេឡិចត្រូនិក, និងសេវាកម្មអប់រំតាមអេឡិចត្រូនិក។ ក្រៅពីនោះ រាជរដ្ឋាភិបាលក៏បានដាក់ចេញគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍទូរគមនាគមន៍បច្ចេកវិទ្យា ព័ត៌មានវិទ្យាផងដែរ។*

[16] *យោងតាមសៀវភៅស ស្តីពី "កម្ពុជា ៤.០" របស់មជ្ឈមណ្ឌលកម្ពុជា ៤.០*

តម្រូវការបច្ចុប្បន្នរបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ ក៏ដូចជាការជួយដល់យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារឌីជីថល ដើម្បីការលើកកម្ពស់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៣ : ចាប់យកនិន្នាការរីកចម្រើននៃទម្រង់សេដ្ឋកិច្ចចែករំលែក ក្នុងសេវាកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប**

ចំណុចសម្គាល់នៃសេដ្ឋកិច្ចចែករំលែកសំខាន់មួយគឺថាប្រព័ន្ធនេះអនុញ្ញាតឱ្យបុគ្គល អាចរកចំណូលបានពីរបស់ដែលខ្លួនប្រើមិនអស់លទ្ធភាព ដូចជា ផ្ទះ រថយន្ត កង់ ម៉ូតូ ជាដើម តាមរយៈការជួលទៅឱ្យអ្នកដទៃប្រើប្រាស់រួមគ្នា ហើយអ្នកដែលមិនមានរបស់ប្រើ អាចជួលរបស់នោះមកប្រើក្នុងតម្លៃសមរម្យ និងសន្សំសំចៃ។ បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា អាចឱ្យក្រុមហ៊ុនបង្កើតកម្មវិធីឆ្លាត ភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងរវាងអ្នកមានតម្រូវការជួល និងអ្នកមានរបស់ជួលដោយធានានូវសុវត្ថិភាព និងមធ្យោបាយទូទាត់អនឡាញ។ វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបត្រូវចាប់យកទម្រង់សេដ្ឋកិច្ចចែករំលែក ជាអាទិ៍ កម្មវិធីកក់ផ្ទះស្នាក់, កម្មវិធីដឹកជញ្ជូនភ្ញៀវ, កម្មវិធីទិញម្ហូបអាហារអនឡាញ[17]។ល។

- **សកម្មភាពអនុវត្តទី៤: ចាប់យកប្រភេទបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលសម្រាប់ការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍**

ខេត្តសៀមរាបត្រូវចាប់យកប្រភេទបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលសម្រាប់ការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍នៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពទាំង៦ ដោយត្រូវបន្សុីទៅនឹងលក្ខណៈជាក់ស្តែង និងអត្តសញ្ញាណនៃផលិតផលទេសចរណ៍នីមួយៗ ដោយអាចប្រើប្រាស់ប្រភេទបច្ចេកវិទ្យាដែលសមស្របតាមតម្រូវការ ជាអាទិ៍ **១)**. ការប្រើប្រាស់ទំនើបកម្មដ៏រហ័សនៃបច្ចេកវិទ្យានៅតំបន់អង្គរ ដើម្បីសម្រួលការកក់ស្នះ និងរំហូរភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ ព្រមជាមួយការផ្តល់សេវាកម្មទេសចរណ៍ប្លែកៗ និងច្នៃប្រឌិត, **២)**. ការគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ និងវិភាគទិន្នន័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប សំដៅបង្កើនការផ្សព្វផ្សាយ វិនិយោគទេសចរណ៍ និងតម្រូវការនៃទីផ្សារទេសចរណ៍គោលដៅ, **៣)**. ការបង្កើតកម្មវិធីលើទូរស័ព្ទ និងការបំពាក់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលបម្រើឱ្យការផ្គត់ផ្គង់ និងប្រើប្រាស់សេវាកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប, **៤)**. ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបតាមរយៈបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល និង **៥)**. ការពង្រីកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធឌីជីថលគាំទ្រ។ល។

ការកំណត់ប្រភេទបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលសម្រាប់ផលិតផលទេសចរណ៍នីមួយៗ នៅខេត្តសៀមរាបត្រូវពិនិត្យ និងសម្រេចដោយផ្អែកលើស្ថានភាពជាក់ស្តែង ហើយនឹងត្រូវពិនិត្យ និងសម្រេចដោយក្រសួង-ស្ថាប័នអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធ ទៅតាមគម្រោងជាក់ស្តែង។

---

[17] *ឧទាហរណ៍÷*

- *កម្មវិធីកក់ផ្ទះស្នាក់ (ឧទា÷ Airbnb) គឺជាកម្មវិធីឌីជីថល Platform ដែលអាចឱ្យបុគ្គលមានផ្ទះ និងមានបន្ទប់សម្រាប់ជួល ដាក់ផ្សព្វផ្សាយជួលតាមកម្មវិធីនេះ ហើយអ្នកជួលបន្ទប់ ឬកន្លែងស្នាក់អាចប្រើកម្មវិធីនេះរកបន្ទប់ ឬកន្លែងស្នាក់។ បច្ចុប្បន្ន Airbnb មានបន្ទប់ដាក់ជួលប្រមាណ ៤លាន ស្មើនឹងប្រមាណ ១/៤ នៃបន្ទប់ជួលសរុបនៅទូទាំងពិភពលោក ។*
- *កម្មវិធីដឹកជញ្ជូនភ្ញៀវ (ឧទា÷ UBER, Grab ឬ Passapp) គឺជា Platform ឌីជីថលដែលអនុញ្ញាតឱ្យបុគ្គលផ្សព្វផ្សាយ និងជួលរថយន្ត តាក់ស៊ី និងទូទាត់អនឡាញ ហើយអ្នកត្រូវការរថយន្តតាក់ស៊ីអាចរក និងជួលតាក់ស៊ីបានងាយស្រួល។*
- *កម្មវិធីទិញម្ហូបអាហារអនឡាញ។ល។*

# ជំពូកទី៣

# ផែនការសកម្មភាព និងអភិបាលកិច្ចសម្រាប់ទ្រទ្រង់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

**ផ្នែកទី១ : ផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ទ្រទ្រង់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប**

**ផ្នែកទី២ : យន្តការស្ថាប័ន**

**ផ្នែកទី៣ : យន្តការហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ទ្រទ្រង់ដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប**

**ផ្នែកទី៤ : ការកសាងសមត្ថភាព**

**ផ្នែកទី៥ : យន្តការតាមដាន និងត្រួតពិនិត្យ**

## ជំពូកទី៣ ផែនការសកម្មភាព និងអភិបាលកិច្ចសម្រាប់ទ្រទ្រង់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ ខេត្តសៀមរាប

ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ ដាក់ចេញនូវទស្សនវិស័យតម្រង់ទិសអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ក្នុងខេត្តសៀមរាបឆ្ពោះទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍គុណភាព។ **នេះជាមូលហេតុចម្បងដែលត្រូវកំណត់ថា** ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបក្នុងពេលបច្ចុប្បន្នក៏ដូចជាអនាគតត្រូវរួមបញ្ចូលនូវអភិក្រមជាមូលដ្ឋានចំនួនពីរគឺ

- ***ការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងបរិយាបន្ន:*** ត្រូវធ្វើឱ្យមានតុល្យភាពគោលដៅនៃប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ច (ការអភិវឌ្ឍ) សង្គម (ឱកាសសម្រាប់ទាំងអស់) និងបរិស្ថាន (ការពារ និងអភិរក្សបរិស្ថាន) ក្នុងទស្សនវិស័យរយៈពេលវែងដោយត្រូវគិតគូរដល់អ្នកជំនាន់ក្រោយស្របតាមចក្ខុវិស័យឆ្នាំ២០៥០ របស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា **"កម្ពុជាជាប្រទេសមានចំណូលខ្ពស់នៅឆ្នាំ២០៥០"** និងជាប្រទេសអភិវឌ្ឍនៅឆ្នាំ២០៥០។
- ***សមាហរណកម្ម:*** ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប **"ស្របតាមទស្សនទានវិស័យទេសចរណ៍មានលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធ"** ទាមទារនូវការអនុវត្តមុខងារឱ្យបំពេញ និងរួមបញ្ចូលឱ្យប្រកបដោយភាពស៊ីចង្វាក់ និងប្រកបដោយសមធម៌ ព្រមទាំងអាចកាត់បន្ថយជម្លោះដែលអាចកើតមានក្នុងចំណោមសកម្មភាពនានាក្នុងចំណោមភាគីពាក់ព័ន្ធដែលចាំបាច់ការគ្រប់គ្រង និងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបត្រូវប្រើប្រាស់អភិក្រមនៃភាពជាដៃគូ រដ្ឋ-ឯកជន-ប្រជាពលរដ្ឋ-ដៃគូអភិវឌ្ឍ។

លើសពីនេះទៅទៀត រាល់កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងដើម្បីដឹកនាំការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបគួរតែឆ្លុះបញ្ចាំងពីកម្រិតនៃអាទិភាព នៃសកម្មភាពអនុវត្តស្របតាមលំដាប់នៃអាទិភាពនៃគម្រោង និងគោលនយោបាយ និងយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណដំណាក់កាលទី២ របស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។ ដូច្នេះ ការដាក់អនុវត្តផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ ផែនការសកម្មភាពអនុវត្តក្នុងរយៈពេលខ្លី មធ្យម និងវែងចាំបាច់ត្រូវមាន**យន្តការស្ថាប័នអភិបាលកិច្ច** សមស្របណាមួយដែលមានសមត្ថភាព និងលទ្ធភាពគ្រប់គ្រាន់អមជាមួយ**យន្តការហិរញ្ញវត្ថុ និងយន្តការតាមដានត្រួតពិនិត្យច្បាស់លាស់**។

### ផ្នែកទី១ : ផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ទ្រទ្រង់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

ដើម្បីដាក់ឱ្យអនុវត្តគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនៃផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ ឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ចាំបាច់ត្រូវមានផែនការសកម្មភាពមួយច្បាស់លាស់ និងត្រូវបែងចែកក្នុងរយៈពេលខ្លី មធ្យម និងវែង អមជាមួយការកំណត់អំពីការទទួលខុសត្រូវរបស់អង្គភាពប្រតិបត្តិ និងទំហំថវិកានៃការអនុវត្ត។ ផែនការសកម្មភាពនេះ ត្រូវដាក់ចេញនូវតារាងបរិយាយសកម្មភាពអនុវត្តលម្អិត អមជាមួយ គម្រោងសកម្មភាពអាទិភាព **ចំនួន ២០**[18] សំដៅទ្រទ្រង់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្ពោះទៅឆ្នាំ២០៣៥។ ផែនការសកម្មភាពនេះ ត្រូវកំណត់ដោយ**សេចក្តីសម្រេចរបស់គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍** តាមសំណើរបស់រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍ និងជាប្រធានគណៈកម្មការអន្តរក្រសួង ដើម្បីសិក្សារៀបចំផែនការមេសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍

[18] *គម្រោងអាទិភាពទាំង ២០ មាននៅក្នុងឯកសារ "**ផែនការសកម្មភាពនៃផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥**"*

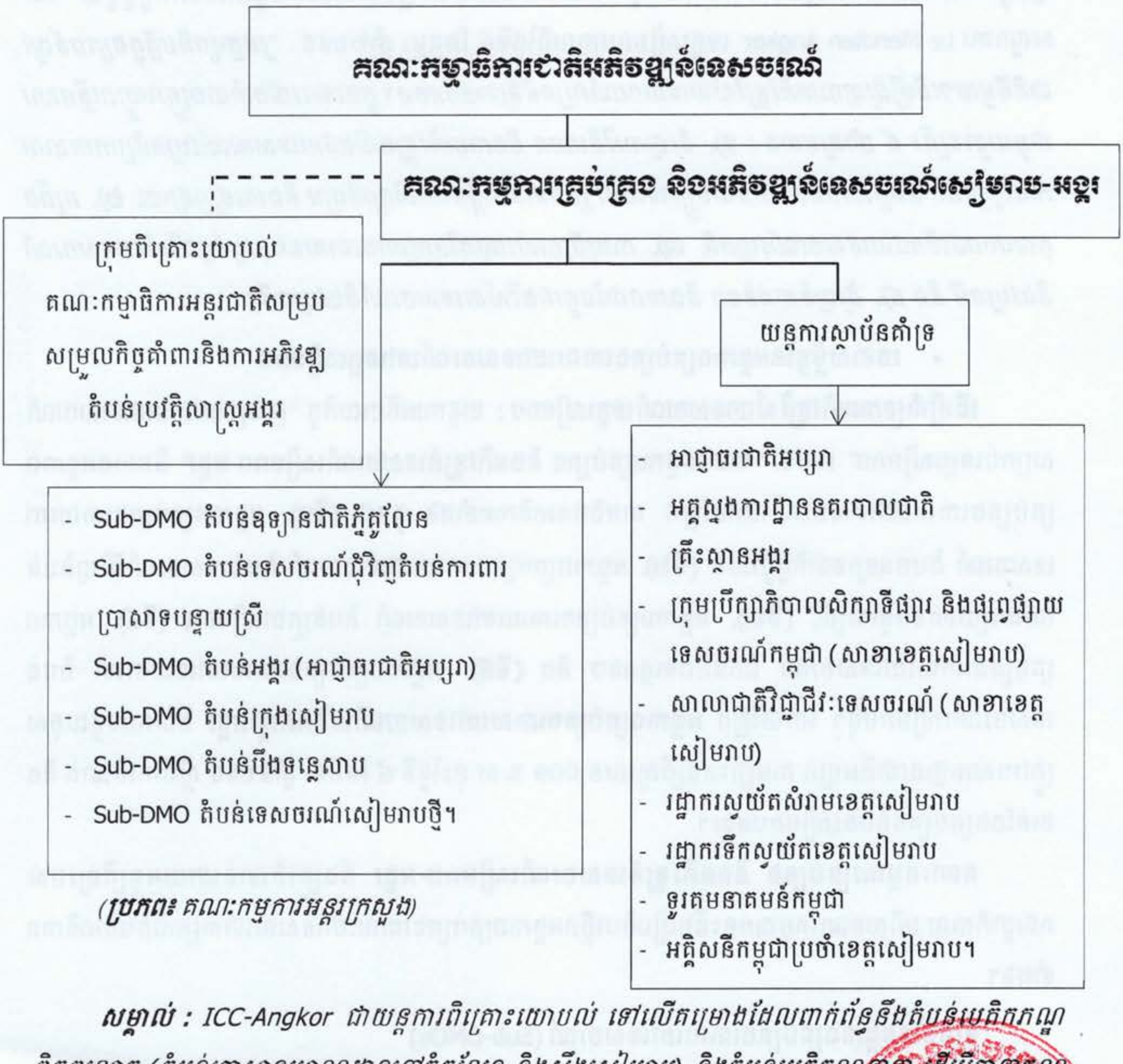
ខេត្តសៀមរាប។ ផែនការសកម្មភាពនេះ អាចត្រូវបានធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពតាមការចាំបាច់ស្របតាមតម្រូវការជាក់ស្តែងនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា និងខេត្តសៀមរាបក្នុងករណីចាំបាច់។

## ផ្នែកទី២ : យន្តការស្ថាប័ន

### ១- យន្តការស្ថាប័នចម្បង

យន្តការស្ថាប័នចម្បងក្នុងការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ដើម្បីអនុវត្តផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ មានរចនាសម្ព័ន្ធដូចខាងក្រោម÷

**រចនាសម្ព័ន្ធ នៃអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍សៀមរាប-អង្គរ**




*(ប្រភព៖ គណៈកម្មការអន្តរក្រសួង)*

***សម្គាល់ :** ICC-Angkor ជាយន្តការពិគ្រោះយោបល់ ទៅលើគម្រោងដែលពាក់ព័ន្ធនឹងតំបន់បេតិកភណ្ឌពិភពលោក (តំបន់ប្រាសាទបុរាណដ្ឋាននៅភ្នំគូលែន និងស្ទឹងសៀមរាប) និងតំបន់បេតិកភណ្ឌជាតិ ដើម្បីធានាតម្លៃនៃរមណីយដ្ឋានអង្គរ។*

ការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ ត្រូវដឹកនាំ និងសម្របសម្រួលដោយ **"គណៈកម្មការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍សៀមរាប-អង្គរ"** ដែលជាអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ អមជាមួយការបង្កើតឱ្យមានអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ដោយឡែក នៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាព ចំនួន ៦ ផងដែរ ។

- **គោលបំណងនៃការបង្កើតឱ្យមានអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍**

ដើម្បី **"បង្កើនភាពប្រកួតប្រជែង និងធានានិរន្តរភាព"** ទាញចេញពីការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពនីមួយៗ។ ការបង្កើតអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ គឺត្រូវផ្អែកលើអភិក្រម**៤យ៉ាង** ស្របតាមអនុសាសន៍ដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់របស់ **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** ថ្លែងក្នុងឱកាសពិធីបើកសន្និសីទពិភពលោក ស្តីពី **"ទេសចរណ៍ និងវប្បធម៌ការកសាងនូវភាពជាដៃគូថ្មីមួយ"** នៅសណ្ឋាគារ Le Meridien Angkor ខេត្តសៀមរាបកាលពីថ្ងៃទី៤ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១៥ ***"រួមគ្នាប្រតិបត្តិក្នុងក្របខ័ណ្ឌជាតិនីមួយៗ***ដើម្បីជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍វប្បធម៌ឱ្យមានចីរភាព។ ក្នុងនោះយើងចាំបាច់ត្រូវបញ្ចូលខ្លឹមសារជាមូលដ្ឋានគ្រឹះ ***៤ យ៉ាង***រួមមាន : ***១).*** *ជំរុញការវិនិយោគ និងការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និងផ្តល់ភាពចងចាំដល់ភ្ញៀវទេសចរ ព្រមទាំងបង្កើនការសិក្សាទីផ្សារ និងការផ្សព្វផ្សាយ,* ***២).*** *ពង្រឹងគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌,* ***៣).*** *ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាប្រកបដោយនវានុវត្តន៍ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងវប្បធម៌ និង* ***៤).*** *ជំរុញទំនាក់ទំនង និងភាពជាដៃគូរវាងវិស័យទេសចរណ៍និងវប្បធម៌។*

- **រចនាសម្ព័ន្ធនៃអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប**

**ដើម្បីគាំទ្រការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប :** យន្តការអភិបាលកិច្ច "គ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍សម្រាប់ខេត្តសៀមរាប" ហៅថា **"គណៈកម្មការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍សៀមរាប-អង្គរ"** និងមានអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ដោយឡែក តាមតំបន់អាទិភាពទាំង៦ ដូចជា **(ទី១).** អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ តំបន់ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន, **(ទី២).** អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ តំបន់ទេសចរណ៍ជុំវិញតំបន់ការពារប្រាសាទបន្ទាយស្រី, **(ទី៣).** អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ តំបន់ក្រុងសៀមរាប, **(ទី៤).** អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ តំបន់បឹងទន្លេសាប និង **(ទី៥).** អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ តំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មី។ ដោយឡែក **អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌអង្គរ** គឺជាការទទួលខុសត្រូវរបស់អាជ្ញាធរជាតិអប្សរា តាមព្រះរាជក្រឹត្យលេខ ០០១ ន.ស ចុះថ្ងៃទី ៨ ខែមីនា ឆ្នាំ១៩៩៤ ស្តីពីការកំណត់ និងចាត់ចែងគ្រប់គ្រងតំបន់សៀមរាបអង្គរ។

**គណៈកម្មការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍សៀមរាប-អង្គរ** នឹងត្រូវកំណត់ដោយអនុក្រឹត្យរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ហើយគណៈកម្មការនេះនឹងរៀបចំបង្កើតអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍សម្រាប់តំបន់អាទិភាពទាំង៦។

**ទម្រង់នៃអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ (Sub-DMOs)**

**អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍**តាមតំបន់អាទិភាពទាំង ៦ នឹងត្រូវបង្កើតឡើងដើម្បីគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍគោលដៅទេសចរណ៍ ប្រកបដោយគុណភាព និងនិរន្តរភាព។ ទម្រង់នៃអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍

គឺតម្រូវឱ្យមានការគិតគូរដល់ការអភិវឌ្ឍមួយដែលមានការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ រួមមាន រដ្ឋ ផ្នែកឯកជន សហគមន៍មូលដ្ឋាន ប្រជាពលរដ្ឋ និងដៃគូអភិវឌ្ឍ។

អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ **មានទម្រង់ (២)** ប្រភេទ÷

- **ប្រភេទទី (១).** គ្រប់គ្រងដោយរដ្ឋ
- **ប្រភេទទី (២).** គ្រប់គ្រងចម្រុះ **(ភាពជាដៃគូ រដ្ឋ-ឯកជន ឬ រដ្ឋ-ឯកជន-សហគមន៍ ឬ រដ្ឋ-ឯកជន-ប្រជាពលរដ្ឋ-សហគមន៍ និងដៃគូអភិវឌ្ឍ)។**

### ២- យន្តការស្ថាប័នគាំទ្រ

ដើម្បីគាំទ្រដល់ការអនុវត្តតួនាទី និងភារកិច្ចរបស់យន្តការ និងដំណើរការនៃអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ តាមតំបន់ទេសចរណ៍នីមួយៗ ផែនការមេកំណត់ឱ្យមានយន្តការស្ថាប័នគាំទ្ររួមមាន : **១).** គ្រឹះស្ថានអង្គរ, **២).** អគ្គស្នងការដ្ឋាននគរបាលជាតិ, **៣).** ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា (សាខាខេត្តសៀមរាប), **៤).** សាលាជាតិវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ (សាខាខេត្តសៀមរាប), **៥).** រដ្ឋាករស្វយ័តសំរាមខេត្តសៀមរាប, **៦).** រដ្ឋាករស្វយ័តទឹកស្អាតខេត្តសៀមរាប, **៧).** អគ្គិសនីកម្ពុជាប្រចាំខេត្តសៀមរាប, **៨).** ទូរគមនាគមន៍កម្ពុជា និង **៩).** អាជ្ញាធរទន្លេសាប។

ទន្ទឹមនឹងនោះ ក្នុងដំណើរការនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ផែនការមេលើកទឹកចិត្តឱ្យមានយន្តការពិគ្រោះយោបល់ដែលមានការចូលរួមពីវិស័យឯកជន ដៃគូអភិវឌ្ឍនានា ពិសេសគណៈកម្មាធិការអន្តរជាតិសម្របសម្រួលការគាំពារ និងអភិវឌ្ឍន៍តំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រអង្គរ។

## ផ្នែកទី៣ : យន្តការហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ទ្រទ្រង់ដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

ដើម្បីធានានិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប រាជរដ្ឋាភិបាលនឹងធ្វើការសិក្សាឱ្យបានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ដើម្បីកំណត់ប្រភពថវិកា និងហិរញ្ញប្បទានសក្តានុពល សម្រាប់ទ្រទ្រង់ដល់ការអនុវត្តតាមផែនការសកម្មភាពនីមួយៗនៃផែនការមេនេះ ដែលអាចកៀរគរបានមកពី**ប្រភពថវិការដ្ឋ, វិស័យឯកជន និងដៃគូអភិវឌ្ឍនានា។**

### ១- ប្រភពថវិកា និងហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ទ្រទ្រង់ដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

យើងបានពិនិត្យមើលឃើញនូវលទ្ធភាពស្វែងរកប្រភពថវិកា និងហិរញ្ញប្បទាន រួមមាន÷

- **ទី១). ប្រភពថវិការដ្ឋសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប**
  - ❖ ថវិការដ្ឋប្រចាំឆ្នាំ
  - ❖ មូលនិធិអភិរក្សអង្គរ បានពីការលក់សំបុត្រចូលទស្សនាប្រាសាទអង្គរវត្ត
  - ❖ មូលនិធិបរិស្ថាន តាមរយៈការលក់កាបោន, ការកែច្នៃសំរាម ឬ ការប្រមូលកម្រៃតាមលំនៅឋានអាជីវកម្មខ្នាតតូច និងខ្នាតធំៗដែលបញ្ចេញសំរាម។ល។
- **ទី២). ប្រភពថវិកា និងហិរញ្ញប្បទានពីវិស័យឯកជន ទាំងក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុក**
  - ❖ ការវិនិយោគក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដោយវិនិយោគិនក្នុងស្រុក
  - ❖ ការវិនិយោគផ្ទាល់ពីបរទេស (FDIs)។

❖ ភាពជាដៃគូរវាងរដ្ឋ-ឯកជន (PPP) ក្រោមទម្រង់ ៖ ហិរញ្ញប្បទានដោយការទូទាត់ផ្អែកលើផល ចំណូល(Revenue-based Payment) (សម្រាប់គម្រោងដែលមានចំណូល ដូចជា ព្រលានយន្តហោះ ផ្លូវថ្នល់ កំពង់ផែ ជាដើម ដែលក្រោយសាងសង់រួច មានចំណូលពេលប្រតិបត្តិការ អាចយកទៅ ទូទាត់ទុនវិនិយោគបាន), ហិរញ្ញប្បទានដោយការទូទាត់ផ្អែកលើថវិកាជាតិ (Availability-based Payment) (សម្រាប់គម្រោងវិស័យសង្គមកិច្ច ដូចជា មន្ទីរពេទ្យរដ្ឋ ដែលក្រោយសាងសង់ ពុំមាន ចំណូលពេលប្រតិបត្តិការ ហើយតម្រូវឱ្យយកថវិកាជាតិទៅទូទាត់ទុនវិនិយោគ), ឬ ហិរញ្ញប្បទាន ដោយការទូទាត់តាមវិធីចម្រុះ(Hybrid Payment) (ករណីភាគច្រើនជាគម្រោងចម្រុះ ដូចជា មន្ទីរពេទ្យ ដែលក្រោយសាងសង់មានចំណូលពេលប្រតិបត្តិការពីអ្នកមានលទ្ធភាព ហើយតម្រូវឱ្យយកថវិកា ជាតិទៅទូទាត់សម្រាប់ជនក្រីក្រ)។

- **ទី៣). ប្រភពថវិកា និងហិរញ្ញប្បទានពីដៃគូអភិវឌ្ឍ និងដៃគូសន្ទនា**
  - ❖ ជំនួយឥតសំណង
  - ❖ ហិរញ្ញប្បទានឥណទានសម្បទាន។
- **ទី៤). ប្រភពថវិកា និងហិរញ្ញប្បទានស្របច្បាប់នានា។**

**២- ប្រភពថវិកាជាបង្គុំយធានពីវិស័យទេសចរណ៍ចូលថវិកាជាតិ**

- ប្រភពថវិកាពីចំណូលពន្ធដែលមានស្រាប់ ដោយពង្រឹង និងពង្រីកសមត្ថភាពនៃការប្រមូលពន្ធប្រកប ដោយប្រសិទ្ធភាព និងសក្តិសិទ្ធិភាព និង/ឬ ពន្ធដែលអាចកំណត់បន្ថែម
- ប្រភពថវិកាមិនមែនសារពើពន្ធ ក្នុងនោះរួមមាន ចំណូលពីការលក់ ឬជួលធនធាន/ទ្រព្យសម្បត្តិ សាធារណៈ, ចំណូលពីការលក់សំបុត្រចូលទស្សនាប្រាង្គប្រាសាទអង្គរ និងលទ្ធភាពស្វែងរកចំណូលពី ការលក់សំបុត្រចូលទស្សនារមណីយដ្ឋានសក្តានុពលផ្សេងទៀតនៅខេត្តសៀមរាប (ដូចជាតំបន់ឧទ្យាន ជាតិភ្នំគូលែន, តំបន់ទន្លេសាប។ល។), ប្រភពថវិកាពីកម្រៃរបស់សកម្មភាពទេសចរណ៍នៅតាមគោលដៅ ទេសចរណ៍អាទិភាពនានា និងកម្រៃសេវាសាធារណៈផ្សេងទៀត។ល។
- ប្រភពហិរញ្ញប្បទានក្រោមរូបមន្តរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ដែលបានអនុវត្តកន្លងមក ស្របតាមទស្សនៈ **"យកស្ពឹកត្នោតខ្ចប់ស្ករត្នោត ដើម្បីការអភិវឌ្ឍខេត្តសៀមរាប"** ដើម្បីបានជាកញ្ចប់ថវិកាសម្រាប់បម្រើ ដល់ការវិនិយោគសាធារណៈ គាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប
- ប្រភពស្របច្បាប់នានា។

## ផ្នែកទី៤ ៖ ការកសាងសមត្ថភាព

ដើម្បីអនុវត្តផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ ឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពត្រូវមាន កម្មវិធីកសាងសមត្ថភាពតាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាលដល់មន្ត្រីពាក់ព័ន្ធក្នុងការអនុវត្តផែនការមេ ទាំងកម្រិតថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់ក្រោមជាតិ និងថ្នាក់តំបន់ (អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ នីមួយៗ)។ កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល កសាង សមត្ថភាព និងបង្កើនការយល់ដឹងអំពីគោលការណ៍សំខាន់ៗនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ត្រូវផ្តោតលើ៖

- ការបណ្តុះបណ្តាលអ្នករៀបចំផែនការ និងគោលនយោបាយ ពិសេសរៀបចំបណ្តុះបណ្តាលមន្ត្រីជំនាញរបស់ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ និងរដ្ឋបាលខេត្តសៀមរាប ក្នុងដំណើរការអភិវឌ្ឍន៍ខេត្តសៀមរាប
- ការបណ្តុះបណ្តាលអ្នកគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ ផ្តែកឯកជន និងភ្ញៀវទេសចរឱ្យយល់ដឹងអំពីកិច្ចអភិរក្ស និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបស្របតាមគោលការណ៍ និរន្តរភាព និងបរិយាបន្ន
- ការបណ្តុះបណ្តាលអ្នកជំនាញទេសចរណ៍ពាក់ព័ន្ធដូចមានចែងក្នុងផែនការសកម្មភាពនៃយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប
- ការបង្កើត**វេទិកាថ្នាក់ជាតិស្តីពីទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប** ដែលធ្វើជារៀងរាល់ឆ្នាំដើម្បីពង្រឹងការផ្លាស់ប្តូរ និងការផ្សព្វផ្សាយបទពិសោធន៍ ចំណេះដឹង ចំណេះធ្វើ ជំនាញឯកទេសថ្មីៗ និងផលិតផលក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។

## ផ្នែកទី៥ : យន្តការតាមដាន និងត្រួតពិនិត្យ

ផែនការមេនេះត្រូវបានចាត់ទុកជាឯកសាររស់ដោយត្រូវធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពជាបន្តបន្ទាប់ទៅតាមបរិការណ៍ថ្មី ស្របតាមនិន្នាការទេសចរណ៍តំបន់ និងសកលលោក ដែលមានលក្ខណៈបត់បែន និងប្រែប្រួលខ្លាំង ជាអាទិ៍ឥទ្ធិពលពីវិបត្តិជំងឺកូវីដ១៩ ដែលជាផលប៉ះពាល់ខ្លាំងមិនធ្លាប់មានក្នុងរយៈពេល៣០ឆ្នាំចុងក្រោយ។

ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ ត្រូវតាមដាន និងត្រួតពិនិត្យការអនុវត្តដោយ**គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍** ដែលមាន "**គណៈកម្មការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍សៀមរាប-អង្គរ**" ជាសេនាធិការ ដែលត្រូវរៀបចំ**សូចនាករគន្លឹះ** សម្រាប់តាមដាន និងវាយតម្លៃការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងផែនការសកម្មភាពរបស់ផែនការមេ ព្រមទាំងរៀបចំរបាយការណ៍លទ្ធផលជូន **គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍** ប្រចាំឆមាស និងប្រចាំឆ្នាំ។ ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្ត ផែនការមេតម្រូវឱ្យមានការរៀបចំ**វេទិកាថ្នាក់ជាតិ (កម្រិតរាជរដ្ឋាភិបាល) ស្តីពីទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប នៅខែធ្នូ** ជារៀងរាល់ឆ្នាំ។

ទន្ទឹមនេះ ការសិក្សាតាមដានស្តីពីការអនុវត្តផែនការមេដែលត្រូវធ្វើឡើងនៅពាក់កណ្តាលអាណត្តិ (Mid-Term Review) គឺត្រូវធ្វើឡើងនៅឆ្នាំ២០២៨ ក្នុងគោលបំណងស្វែងយល់នូវប្រសិទ្ធភាព និងកំណត់បញ្ហាប្រឈមនៃអនុវត្តផែនការសកម្មភាពនៃផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥ និងដើម្បី÷

- ពិនិត្យឡើងវិញពីការវិវត្តនៃការអនុវត្តផែនការសកម្មភាពនៃផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥
- ពិនិត្យឡើងវិញនូវផែនការអភិវឌ្ឍន៍ក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពនីមួយៗដែលប្រតិបត្តិដោយអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ដោយឡែកនីមួយៗធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពនៃផែនការអភិវឌ្ឍន៍ដោយរាប់បញ្ចូលទាំងគម្រោងអាទិភាពនានាក្នុងករណីចាំបាច់។

ករណីមានហានិភ័យ ឬវិបត្តិ កើតឡើងជាប្រធានសក្តិ ហើយជះឥទ្ធិពលលើការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ ជាអាទិ៍ វិបត្តិជំងឺឆ្លង វិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច បម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ គ្រោះមហន្តរាយធម្មជាតិ និងវិបត្តិនានា ដែលអាចធ្វើឱ្យមានការប្រែប្រួលនូវការព្យាករ និងការគណនាសេណារីយ៉ូតាមឆ្នាំនីមួយៗតាមការរំពឹងទុកនោះ គឺទាមទារឱ្យមានការពិនិត្យ និងវាយតម្លៃឡើងវិញមុនពេលកំណត់តាមការចាំបាច់។

## សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបបានឆ្លងកាត់ដំណាក់កាលអភិវឌ្ឍន៍ដ៏វែងឆ្ងាយ និងមានភាពបត់បែនជាច្រើន ហើយរាជរដ្ឋាភិបាលបានខិតខំប្រឹងប្រែងអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវដោយសម្រេចបានសមិទ្ធផលគួរជាទីមោទនៈ។ **"ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប"** ដែលកំណត់ចក្ខុវិស័យទេសចរណ៍រយៈពេលវែងក្នុងរយៈពេល ១៥ឆ្នាំ នេះ ពិតជាមានសារៈសំខាន់ ដោយហេតុថាថ្មីៗនេះ ការមកដល់នៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិមកកាន់ខេត្តសៀមរាបមានល្បឿនកំណើនយឺត ហើយថែមទាំងមានការធ្លាក់ចុះបន្តិចផងនៅឆ្នាំ២០១៩ ខណៈដែលវិស័យទេសចរណ៍នៅតែបន្តកើនឡើងនៅកម្រិតទូទាំងប្រទេស។ ទន្ទឹមនឹងនោះ នៅឆ្នាំ២០២០ វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា និងខេត្តសៀមរាបបាននិងកំពុងទទួលរងឥទ្ធិពលយ៉ាងធំពីវិបត្តិជំងឺកូវីដ១៩។ **"ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប"** ដែលបានរៀបចំឡើងដោយការធ្វើសុខដុមភាវូបនីយកម្មរវាងគ្រប់វិស័យពាក់ព័ន្ធ អមដោយយន្តការតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃគ្រប់ជ្រុងជ្រោយលើរាល់សកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ គឺជាឧបករណ៍ដ៏មានសារៈសំខាន់ ជាផែនទីចង្អុលផ្លូវសម្រាប់ដឹកនាំវិស័យសាធារណៈ ឯកជន ប្រជាពលរដ្ឋ និងដៃគូអភិវឌ្ឍចូលរួមដល់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម ធ្វើឱ្យសម្រេចបានកម្ពុជាជាប្រទេសមានចំណូលមធ្យមកម្រិតខ្ពស់នៅឆ្នាំ២០៣០ និងជាប្រទេសអភិវឌ្ឍនៅឆ្នាំ២០៥០។

ការរៀបចំផែនការមេនេះ នឹងចូលរួមយ៉ាងសកម្មដល់ការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណដំណាក់កាលទី៤ របស់រាជរដ្ឋាភិបាល និងគោលនយោបាយជាតិស្តីពីទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុងការធ្វើឱ្យកម្ពុជាក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាពលំដាប់ពិភពលោក ផ្តល់ភាពកក់ក្តៅដល់ទេសចរ និងលើកកម្ពស់សុខមាលភាពរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ ដោយក្នុងនោះខេត្តសៀមរាបត្រូវអភិវឌ្ឍន៍ឱ្យក្លាយជា **"គោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាព"** ដែល **អាចក្តាប់យកមកវិញនូវមោទនភាពជាគោលដៅទេសចរណ៍ចម្បងបំផុត របស់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា និងជាគោលដៅទេសចរណ៍ចម្បងមួយក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍។**

ដើម្បីសម្រេចបានចក្ខុវិស័យរបស់ផែនការមេនេះចាំបាច់ណាស់ ត្រូវតែកៀរគរធនធាននៅថ្នាក់ជាតិ តាមរយៈការបង្កើតរចនាសម្ព័ន្ធរដ្ឋបាលសមស្រប និងការកៀរគរការវិនិយោគទេសចរណ៍ចាំបាច់នានា ដើម្បីរៀបចំនគរូបនីយកម្មទេសចរណ៍ ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ការពង្រឹងធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងសមត្ថភាពផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ពង្រឹងការតភ្ជាប់នានាមកខេត្តសៀមរាប ឱ្យកាន់តែប្រសើរ។ ការងារនេះទាមទារឱ្យមានការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ ដោយឈរលើអភិក្រមនៃភាពជាដៃគូចតុភាគី **"រដ្ឋ-ឯកជន-ប្រជាពលរដ្ឋ-ដៃគូអភិវឌ្ឍ"**។ **រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា** ពិតជាមានតួនាទីជាអ្នកកំណត់គោលនយោបាយ ដាក់ចេញទិសដៅ នៃការអភិវឌ្ឍ កសាងបទប្បញ្ញត្តិ និងនីតិវិធីគ្រប់គ្រង ដោយតម្រូវឱ្យតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពទាំង៦ នៃខេត្តសៀមរាបត្រូវមានយន្តការគ្រប់គ្រងច្បាស់លាស់ក្រោមទម្រង់នៃ**អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍** រៀងៗខ្លួន អមជាមួយការគាំទ្រផ្នែកវិនិយោគទេសចរណ៍ ការកសាងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងការសម្របសម្រួលចាំបាច់នានា។ **វិស័យឯកជន** មានតួនាទីវិនិយោគ បង្កើតការងារ និងរក្សាចីរភាពនៃសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចតាមគោលការណ៍ទីផ្សារ។ ចំណែកតួនាទីរបស់**ប្រជាជន** គឺរួមចំណែកតាមដានភាពត្រឹមត្រូវ និងគណនេយ្យភាព នៅក្នុងប្រព័ន្ធអភិបាលកិច្ច និងការប្រព្រឹត្តទៅនៃវិស័យឯកជន ក៏ដូចជាកិច្ចអភិរក្សវប្បធម៌ កិច្ចគាំពារបរិស្ថាន ថែរក្សាសណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ។ល។ បន្ថែមពីលើនេះ ប្រជាជនកម្ពុជាទាំងអស់ត្រូវខិតខំបង្កើនចំណេះដឹង និងជំនាញវិជ្ជាជីវៈ ទាំងជំនាញទន់ និងជំនាញរឹង ឱ្យស្របតាម

សម័យកាល និងបរិការណ៍នៃការអភិវឌ្ឍជាក់ស្តែង ដើម្បីទាញយកផលប្រយោជន៍ឱ្យបានជាអតិបរមាពីការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។ រីឯ**ភ្ញៀវទេសចរ**ក៏មានតួនាទីសំខាន់ផងដែរ ត្រូវតែជាប្រភេទភ្ញៀវទេសចរប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ។ លើសពីនេះទៅទៀត **ដៃគូអភិវឌ្ឍ**ដើរតួនាទីសំខាន់ក្នុងការជំរុញអនុវត្ត**ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥** នេះឱ្យទទួលបានជោគជ័យផងដែរទាំងក្នុងក្របខ័ណ្ឌនៃការផ្តល់កិច្ចគាំទ្រផ្នែកបច្ចេក-ទេសជំនាញ និងហិរញ្ញប្បទានអភិវឌ្ឍន៍។

ការតាក់តែងផែនការមេនេះឡើង គឺដើម្បីចង្អុលបង្ហាញឱ្យក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ត្រូវរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍លម្អិតបន្តទៀត ដើម្បីគាំទ្រកិច្ចដំណើរការការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប ២០២១-២០៣៥។ ជាមួយគ្នានេះ ក៏ទាមទារឱ្យបង្កនូវបរិយាកាសអនុគ្រោះអំណោយផលដល់ការអនុវត្តតាមផែនការសកម្មភាព នៃផែនការមេ ព្រមទាំងត្រូវធ្វើអន្តរាគមន៍ និងដោះស្រាយបញ្ហាអសកម្មមួយចំនួននៅពេលចាំបាច់សំដៅធានាឱ្យគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់អាចចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ អមជាមួយនឹងការចែករំលែកផ្លែផ្កានៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយសមធម៌ **"ដោយមិនទុកឱ្យអ្នកណាម្នាក់ស្ថិតនៅក្រៅការអភិវឌ្ឍ"**។

# ឧបសម្ព័ន្ធ

## ឯកសារឧបសម្ព័ន្ធ

### I. ឯកសាររូបភាព៖

**រូបភាពទី១ :** បង្ហាញពីស្ថិតិទេសចរអន្តរជាតិមកខេត្តសៀមរាប (១៩៩៨ - ២០១៩)

**រូបភាពទី២ :** ការប្រៀបធៀបចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ នៃសេណារីយ៉ូទាំងពីរ

**រូបភាពទី៣ :** ឥទ្ធិពលសេដ្ឋកិច្ច- សង្គម ដែលបង្កើតដោយការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិនៅក្នុងខេត្តសៀមរាបក្នុងឆ្នាំ ២០១៩

**រូបភាពទី៤ :** ឥទ្ធិពលសេដ្ឋកិច្ច- សង្គម ដែលបង្កើតដោយការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិនៅក្នុងខេត្តសៀមរាបក្នុងឆ្នាំ ២០១៩

**រូបភាពទី៥ :** តំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

**រូបភាពទី៦ :** គោលគំនិត 3Cs របស់ ឯកឧត្តម ហ៊ុន ម៉ានី ប្រធាន គ.៧ នៃរដ្ឋសភា

**រូបភាពទី៧ :** ទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិសំខាន់ៗ

**រូបភាពទី៨ :** ម៉ាកទេសចរណ៍

**រូបភាពទី៩ :** យន្តការស្ថាប័នគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹងដែលត្រូវបានដាក់ចេញ ២០២១-២០៣៥

### II. ឯកសារតារាង ៖

**តារាងទី១ :** សេណារីយ៉ូទី១ និងសេណារីយ៉ូទី២

**តារាងទី២ :** ការព្យាករចំនួនភ្ញៀវទេសចរ ២០២១-២០៣៥, ការព្យាករនិន្នាការ "សេណារីយ៉ូទី១" និងការព្យាករជាមួយនឹងគោលនយោបាយអន្តរាគមន៍ "សេណារីយ៉ូទី២"

**តារាងទី៣ :** ឥទ្ធិពលសេដ្ឋកិច្ច- សង្គមរបស់វិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបឆ្នាំ២០១៩

**តារាងទី៤ :** ឥទ្ធិពលសេដ្ឋកិច្ច- សង្គមដែលបង្កើតដោយការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរនៅក្នុងខេត្តសៀមរាបនៅឆ្នាំ ២០៣៥

**តារាងទី៥ :** ការព្យាករតម្រូវការ និងផ្គត់ផ្គង់នៃចំនួនបន្ទប់សណ្ឋាគារ និងផ្ទះសំណាក់នៅខេត្តសៀមរាប

**តារាងទី៦ :** ការព្យាករតម្រូវការចំនួនបន្ទប់តាមចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារ ២០២០-២០៣៥

**តារាងទី៧ :** ចំនួនទូកដឹកភ្ញៀវទេសចរក្នុងខេត្តសៀមរាប

**តារាងទី៨ :** បរិមាណនៃសំរាម សំណល់រឹង ដែលកាត់បន្ថយបាននៅឆ្នាំ២០៣៥

**តារាងទី៩ :** លទ្ធភាពនៃប្រភពហិរញ្ញវត្ថុទ្រទ្រង់ការគ្រប់គ្រងសសំរាម សំណល់រឹង នៅខេត្តសៀមរាប

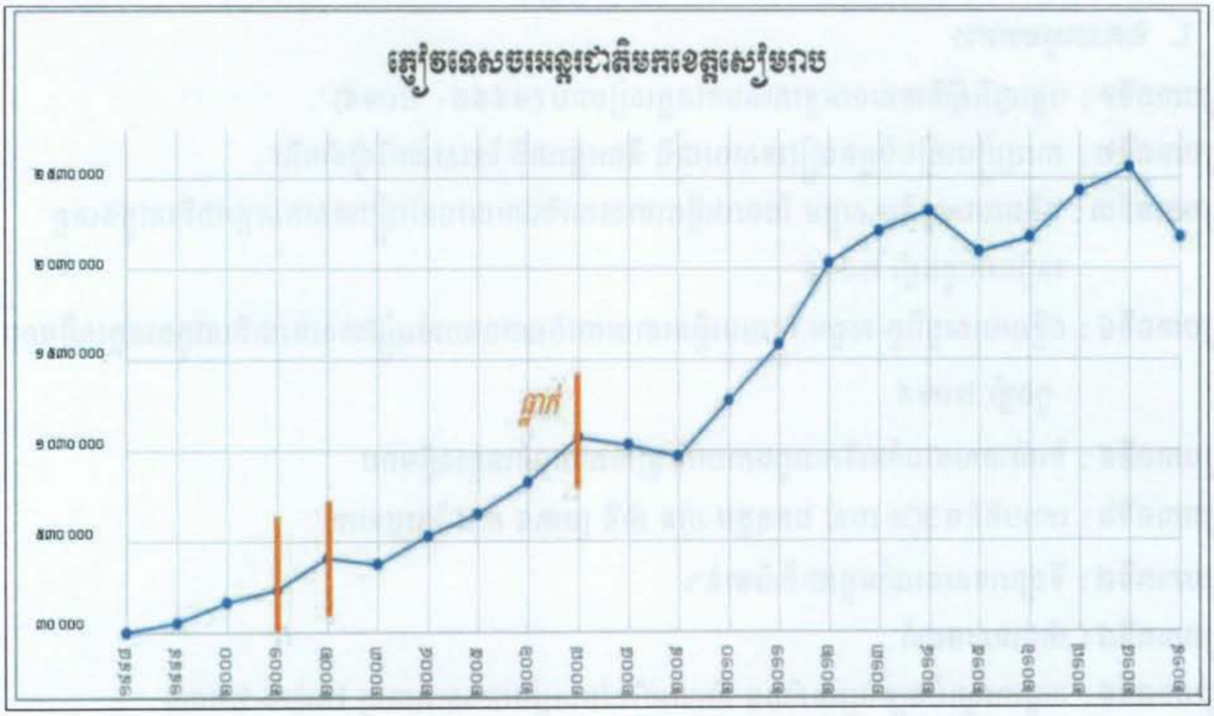
**តារាងទី១០ :** បរិមាណប្រើប្រាស់ទឹកស្អាតរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ និងភ្ញៀវទេសចរ

**តារាងទី១១ :** ការព្យាករតម្រូវការប្រើប្រាស់ទឹកស្អាតរបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិគិតជាម៉ែត្រគូប (ម$^{៣}$) ២០២០-២០៣៥

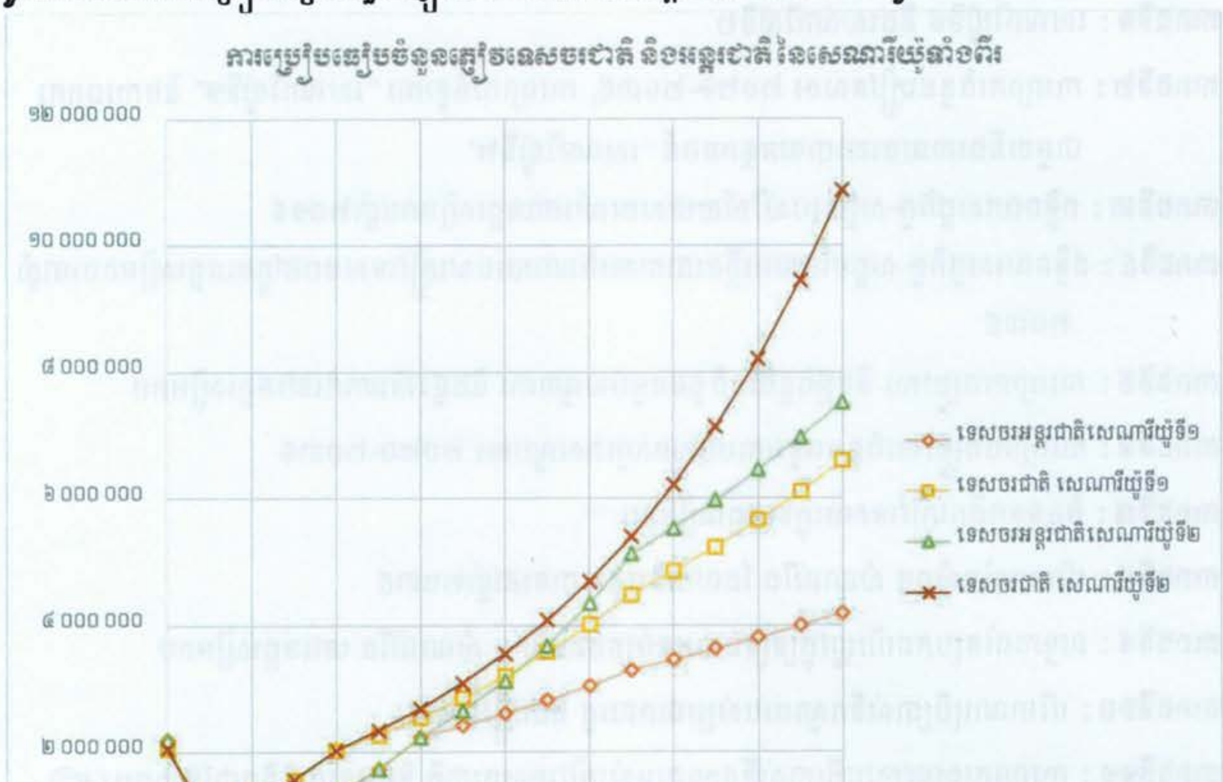
**តារាងទី១២ :** ស្ថានភាពថាមពលផលិតទិញ និងលក់ របស់អគ្គិសនីសៀមរាប (ឆ្នាំ២០០៩-២០១៩)

**តារាងទី១៣ :** ការព្យាករនៃតម្រូវការប្រើប្រាស់ថាមពលអគ្គិសនី២០២០ រហូតដល់ឆ្នាំ២០៣៥

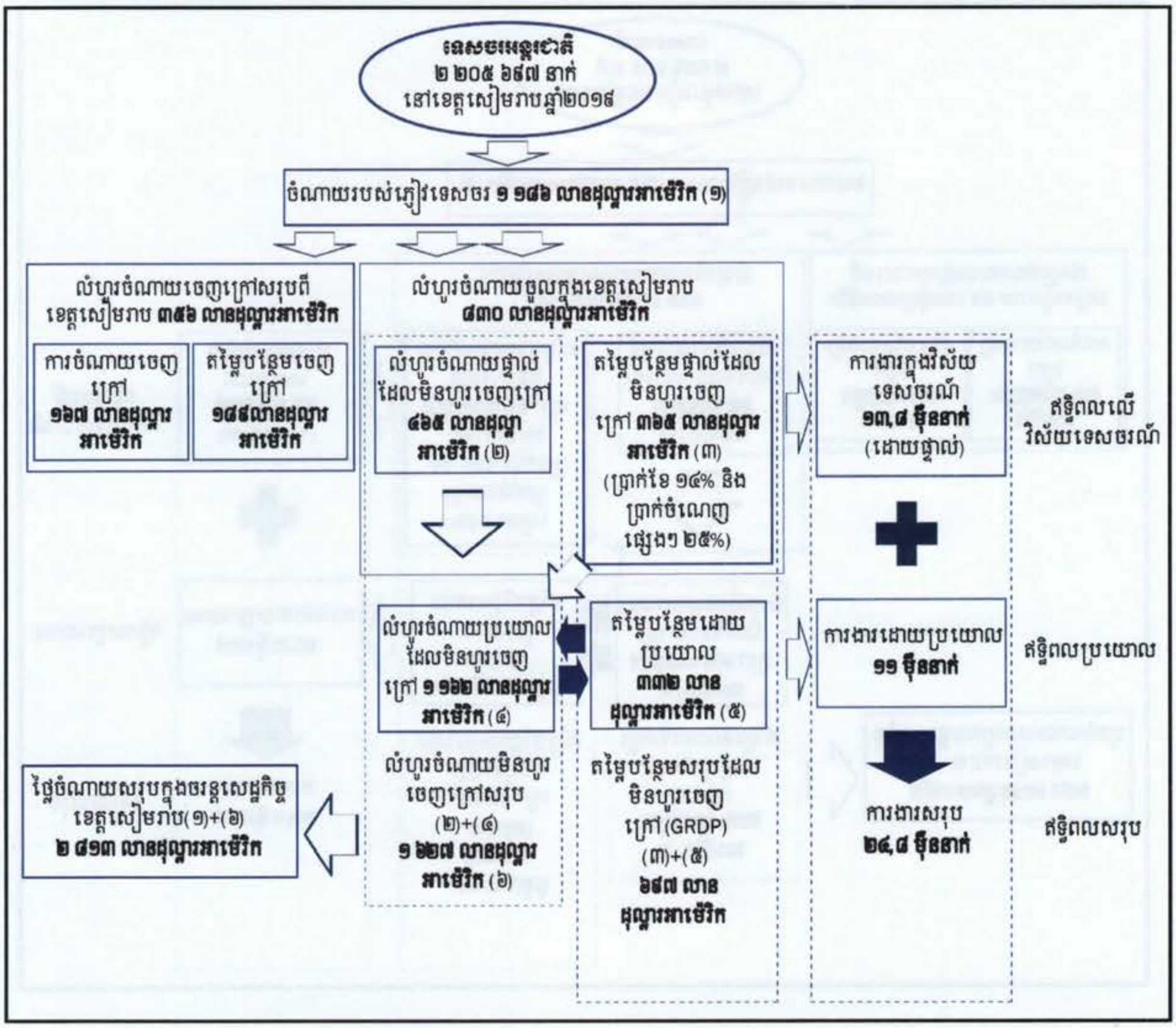
រូបភាពទី១ : បង្ហាញពីស្ថិតិទេសចរអន្តរជាតិមកខេត្តសៀមរាប (១៩៩៨-២០១៩)



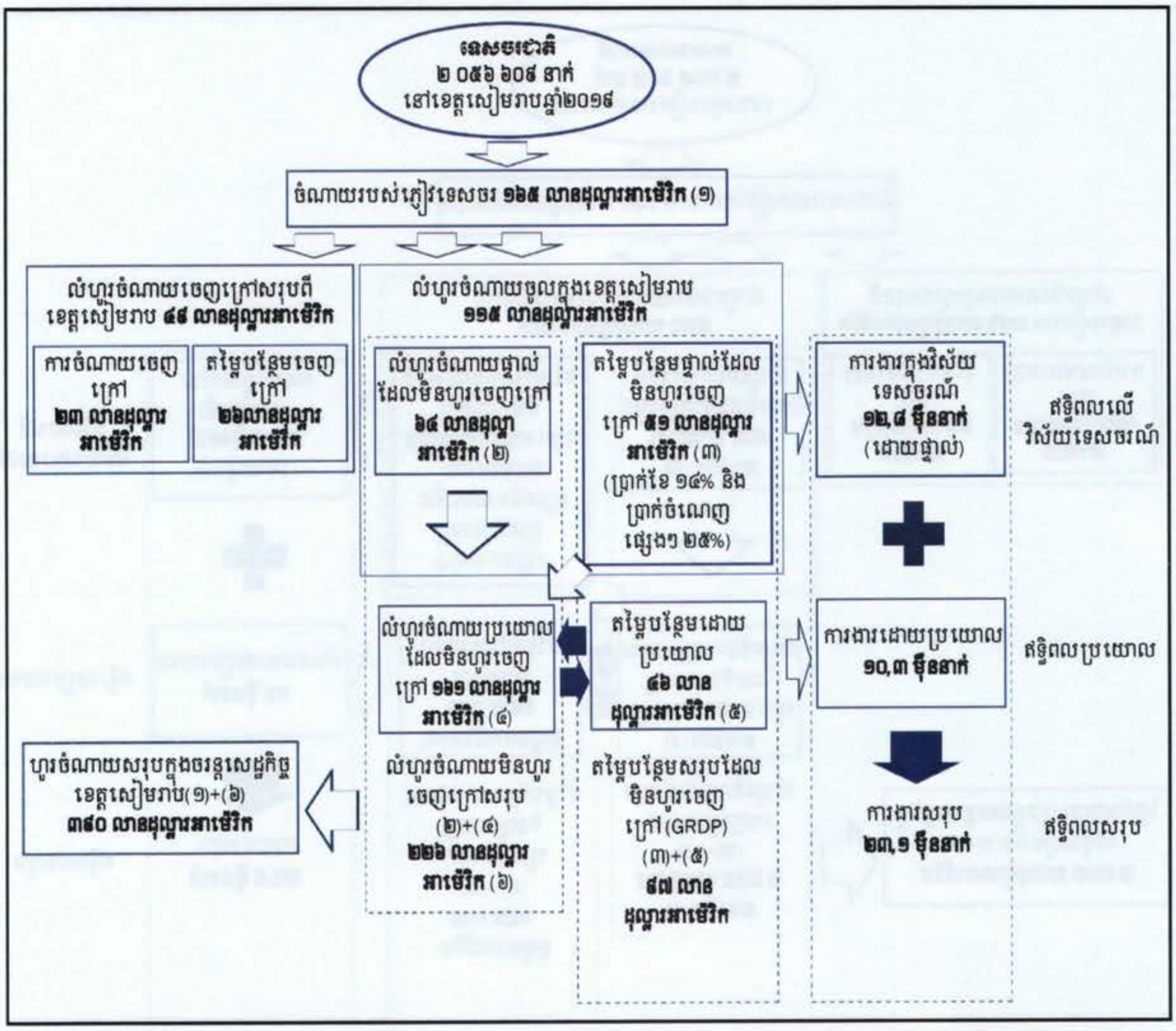

រូបភាពទី២ : ការប្រៀបធៀបចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ នៃសេណារីយ៉ូទាំងពីរ



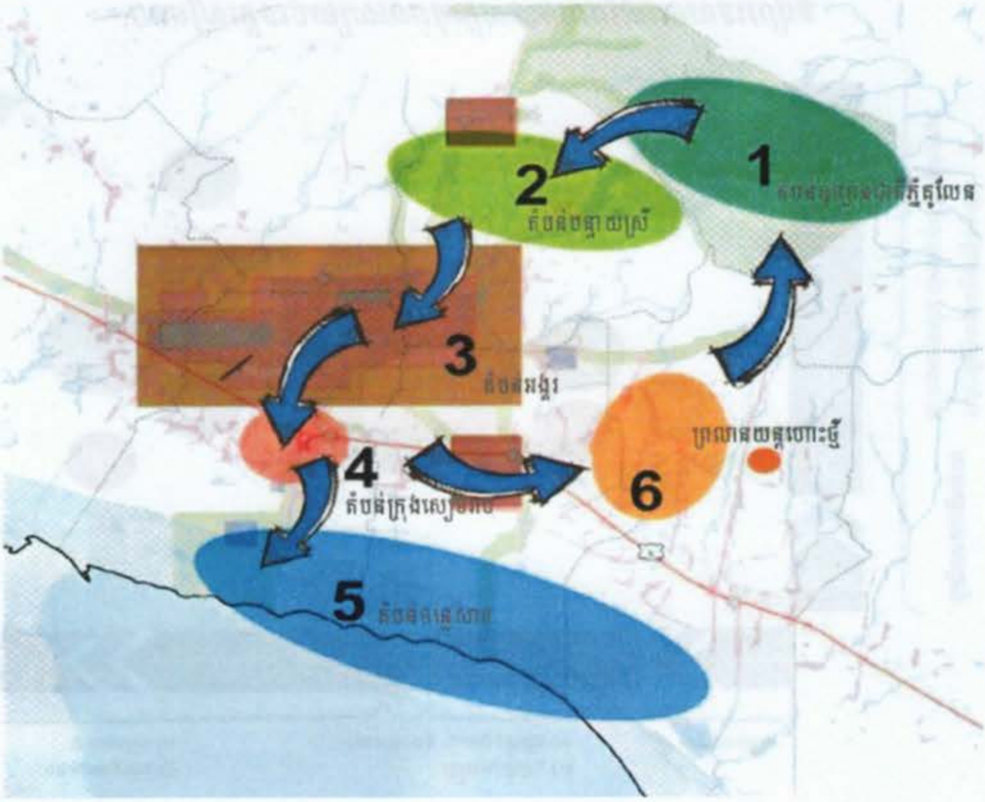
រូបភាពទី៣ : ឥទ្ធិពលសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម ដែលបង្កើតដោយការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិនៅក្នុងខេត្តសៀមរាបក្នុងឆ្នាំ ២០១៩



## រូបភាពទី៤ : ឥទ្ធិពលសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម ដែលបង្កើតដោយការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិនៅក្នុងខេត្តសៀមរាបក្នុងឆ្នាំ ២០១៩



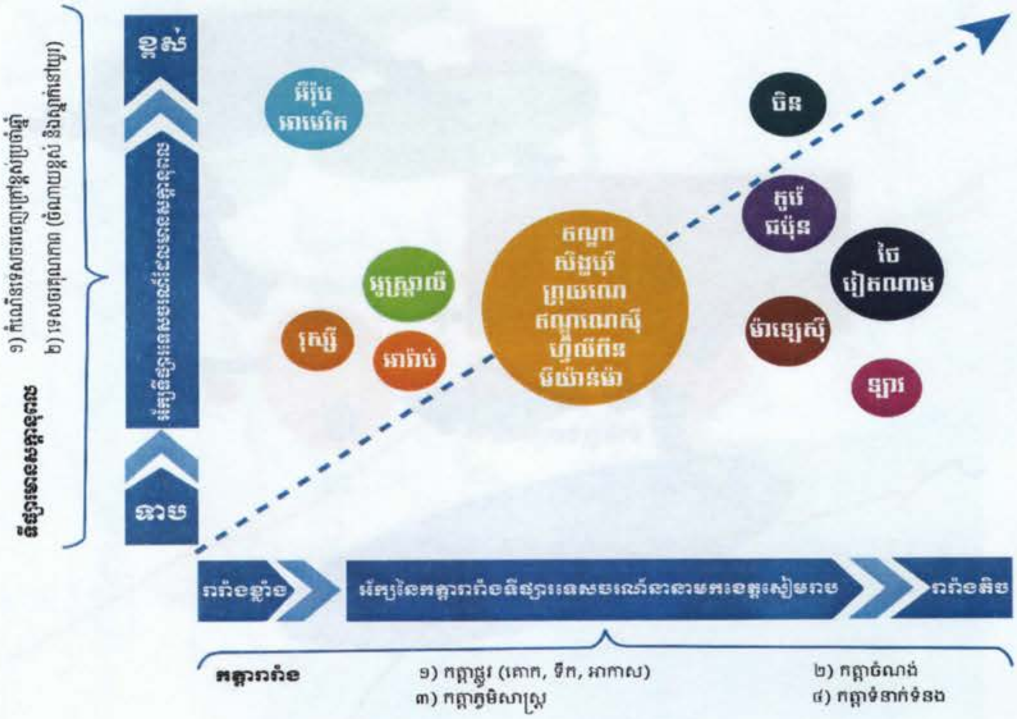
រូបភាពទី៥ : តំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប




រូបភាពទី៦ : គោលគំនិត 3Cs របស់ ឯកឧត្តម ហ៊ុន ម៉ាណែត ប្រធាន គ.៧ នៃរដ្ឋសភា

## រូបភាពទី៧ : ទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិសំខាន់ៗ

*ទីផ្សារទេសចរណ៍ដែលមានសក្តានុពលសម្រាប់ខេត្តសៀមរាប*



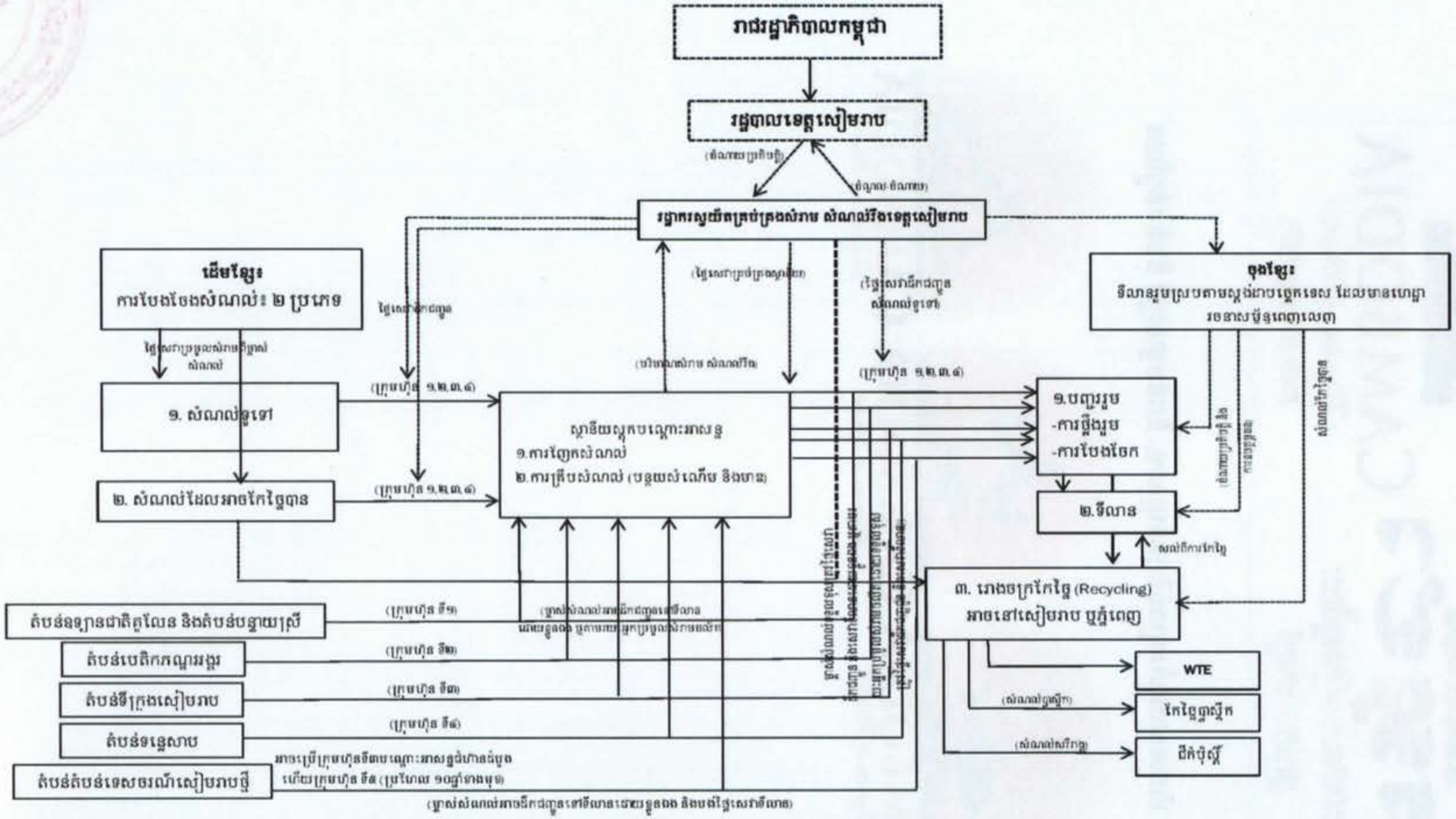

*ការព្យាករទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិខេត្តសៀមរាប (ឆ្នាំ២០៣៥)*

| ទីផ្សារទេសចរណ៍ | ចំនួន (ឆ្នាំ២០១៩) | ចំនួន (ឆ្នាំ២០៣៥) | កំណើនជាមធ្យម |
|---|---|---|---|
| ចិន | ៦៨ ម៉ឺននាក់ | ២,០៧ លាននាក់ | ១៥,៤% |
| អាស៊ាន | ២០ ម៉ឺននាក់ | ១,០១ លាននាក់ | ៥,២% |
| កូរ៉េ | ១៤ ម៉ឺននាក់ | ៥០ ម៉ឺននាក់ | ១៣,៤% |
| អាមេរិក | ១៣ ម៉ឺននាក់ | ៨៩ ម៉ឺននាក់ | ១៧,២% |
| ជប៉ុន | ១០ ម៉ឺននាក់ | ៥០,៤ ម៉ឺននាក់ | ១៥,៦% |
| អង់គ្លេស | ៥,៩ ម៉ឺននាក់ | ៥៥,៨ ម៉ឺននាក់ | ១៥,៤% |
| បារាំង | ៥,២ ម៉ឺននាក់ | ៥០ ម៉ឺននាក់ | ១៣,០% |
| អាល្លឺម៉ង់ | ៤ ម៉ឺននាក់ | ២៥ ម៉ឺននាក់ | ១២,៣% |
| អូស្ត្រាលី | ៤ ម៉ឺននាក់ | ២០,៣ ម៉ឺននាក់ | ១២,៩% |
| រុស្ស៊ី | ១ ម៉ឺននាក់ | ៩,៩៨ ម៉ឺននាក់ | ៦,៩% |
| **សរុប** | **១,៤៥ លាននាក់** | **៦,៥៩ លាននាក់** | **១២,៧%** |

រូបភាពទី៨ : យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ "កម្ពុជា : ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ- ផ្តល់ភាពកក់ក្តៅ"

ម៉ាកទេសចរណ៍សម្រាប់តំបន់ទន្លេសាប, តំបន់បន្ទាយស្រី និងតំបន់គូលែន

## រូបភាពទី៩ៈ យន្តការស្ថាប័នសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹងដែលត្រូវបានដាក់ចេញ ២០២១-២០៣៥



តារាងទី១ : សេណារីយ៉ូទី១ និងសេណារីយ៉ូទី២ [19]

| ភ្ញៀវទេសចរ | ឆ្នាំគោល | (សេណារីយ៉ូទី ១) | | (សេណារីយ៉ូទី ២) | | ភ្ញៀវទេសចរប្រចាំថ្ងៃជាមធ្យមតាមខែ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | អត្រាកំណើន | រយៈពេលស្នាក់នៅជាមធ្យម | អត្រាកំណើន | រយៈពេលស្នាក់នៅជាមធ្យម | |
| ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ | ២០១៩ | -៧៨% (២០២០)[១]<br>៤៥% (២០២១ - ២០២២)[២]<br>៣០% (២០២៣ - ២០២៥)[២]<br>៨% (២០២៦ - ២០៣០)[៣]<br>៥% (២០៣១ - ២០៣៥)[៤] | ២,៨ ថ្ងៃ | -៧៨% (២០២០)[១]<br>៤៥% (២០២១ - ២០២២)[២]<br>៣០% (២០២៣ - ២០២៥)[២]<br>១៨% (២០២៦ - ២០៣០)[៣]<br>៨% (២០៣១ - ២០៣៥)[៤] | ២,៨ ថ្ងៃ<br>២,៨ ថ្ងៃ<br>២,៨ ថ្ងៃ<br>៤,៥ ថ្ងៃ<br>៥,៥ ថ្ងៃ | អត្រាបែងចែកភ្ញៀវទេសចរប្រចាំខែក្នុងឆ្នាំ២០១៩<br>- ខ្ពស់បំផុត: (ខែកុម្ភៈ, ១២,៣៩%)<br>- ទាបបំផុត: (ខែកញ្ញា, ៥,០២%) |
| ភ្ញៀវទេសចរជាតិ | ២០១៩ | -៥៥% (២០២០)[៥]<br>៣០% (២០២១ - ២០២៣)[៦]<br>១២% (២០២៤ - ២០៣០)[៧]<br>៨% (២០៣១ - ២០៣៥)[៨] | ១,៥ ថ្ងៃ | -៥៥% (២០២០)[៥]<br>៣០% (២០២១ - ២០២៣)[៦]<br>១៥% (២០២៤ - ២០៣០)[៧]<br>១៥% (២០៣១ - ២០៣៥)[៨] | ២ ថ្ងៃ<br>២,៥ ថ្ងៃ<br>២,៥ ថ្ងៃ<br>៣ ថ្ងៃ | អត្រាបែងចែកភ្ញៀវទេសចរប្រចាំខែក្នុងឆ្នាំ២០១៩<br>- ខ្ពស់បំផុត: (ខែមេសា, ៣១,៧៤%)<br>- ទាបបំផុត: (ខែកក្កដា, ២,៧៧%) |

[19] *សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ÷*

*១. អត្រាធ្លាក់ចុះខ្លាំងក្នុងឆ្នាំ២០២០ ជាមធ្យម -៧៨% ដោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ១៩ បើយោងតាមសេណារីយ៉ូនៃការព្យាកររបស់អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក (UNWTO) នៅក្នុងរបាយការណ៍កាលពីខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២០។*

*២. ឆ្នាំ២០២១-២០២៥ អត្រាកើនឡើងអាចចន្លោះពី ៣០% ដល់ ៤៥% ជាដំណាក់កាលស្តារឡើងវិញ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ ចាំបាច់ត្រូវការរយៈពេល ៥ឆ្នាំ ដើម្បីលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបឡើងវិញក្រោយពីជួបវិបត្តិដ៏ធ្ងន់ធ្ងរនៅឆ្នាំ២០២០។ សូមបញ្ជាក់ថា÷ ក្នុងរយៈពេលខ្លី (២០២១-២០២៥) ឥទ្ធិពលនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបទោះបីក្នុងសេណារីយ៉ូទី១ ដែលជាទេសចរណ៍បែបប្រមូលផ្តុំក្នុងរយៈពេលខ្លី បើប្រៀបធៀបនឹងសេណារីយ៉ូទី២ គោលដៅទេសចរណ៍គុណភាព គឺមានឥទ្ធិពលមិនខុសគ្នាទេ ដោយសារតែឥទ្ធិពលជំងឺកូវីដ-១៩។*

*៣. ឆ្នាំ២០២៦-២០៣០÷ អត្រាកើនឡើងជាមធ្យមប្រមាណ ៨% សម្រាប់សេណារីយ៉ូទី១ ដែលជាធម្មតាក្រោយពីការកើនឡើងយ៉ាងគំហុកនោះ តាមទ្រឹស្តីបញ្ជាក់ថាការកើនឡើងនឹងធ្លាក់ចុះមកវិញក្នុងរយៈពេលមធ្យម និងវែង ដែលខុសពីករណីសេណារីយ៉ូទី២ កំណើនជាមធ្យម ប្រមាណ ១៨% ក្នុងរយៈពេលមធ្យមនោះគឺជារយៈពេលនៃការកើនឡើង និងខ្ពស់ជាងសេណារីយ៉ូទី១ទៀត តាមរយៈការដាក់ចេញ និងអនុវត្តផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២០-២០៣៥។*

*៤. ឆ្នាំ២០៣១-២០៣៥÷ សម្រាប់សេណារីយ៉ូទី១ អត្រាកំណើននៅតែបន្តជាមធ្យម ៥% រីឯសេណារីយ៉ូទី២ អត្រាកំណើនជាមធ្យម ៨% ដែលខេត្តសៀមរាបបានអនុវត្តផែនការមេបានជោគជ័យ និងមានផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗសម្រាប់ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិកាន់តែច្រើន និងមកច្រើនដង ស្នាក់នៅកាន់តែយូរ និងការចំណាយកាន់តែច្រើន។*

*សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ÷*

*៥. អត្រាធ្លាក់ចុះខ្លាំងក្នុងឆ្នាំ២០២០ ជាមធ្យម -៥៥% ដោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ១៩ ប៉ុន្តែភ្ញៀវទេសចរជាតិដើរកម្សាន្ត និងមានការជំរុញពីរដ្ឋាភិបាល ជាងភ្ញៀវអន្តរជាតិ*

*៦. អត្រាកើនឡើងក្នុងឆ្នាំ២០២១-២០២៣ ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកនឹងងើបឡើងវិញប្រមាណ ៣០% សម្រាប់សេណារីយ៉ូទាំងពីរ។*

*៧. ឆ្នាំ២០២៤-២០៣០÷ អត្រាកើនឡើងជាមធ្យមនៅចន្លោះ ១២% (សេណារីយ៉ូទី១) ទៅ ១៥% (សេណារីយ៉ូទី២) តាមរយៈការដាក់ចេញ និងអនុវត្តផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ២០២០-២០៣៥។*

*៨. ឆ្នាំ២០៣១-២០៣៥÷ អត្រាកើនឡើងចន្លោះពី ៨% (សេណារីយ៉ូទី១) ទៅ ១៥% (សេណារីយ៉ូទី២) ដែលខេត្តសៀមរាបបានអនុវត្តផែនការមេបាន ជោគជ័យ និងមានផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗសម្រាប់ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរជាតិបន្ថែមទៀត។*

## តារាងទី២ : ការព្យាករចំនួនភ្ញៀវទេសចរ (២០២១-២០៣៥, ការព្យាករនិន្នាការ "សេណារីយ៉ូទី១" និងការព្យាករជាមួយនឹងគោលនយោបាយអន្តរាគមន៍ "សេណារីយ៉ូទី២")

| ឆ្នាំ | ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ (នាក់) (a) | អត្រាកំណើន (b) | រយៈពេលស្នាក់នៅជាមធ្យម (គិតជាថ្ងៃ/ម្នាក់) (c) | រយៈពេលស្នាក់នៅសរុប (* ថ្ងៃ) (d)= (a)* (c) | ភ្ញៀវទេសចរជាតិ (នាក់) (e) | អត្រាកំណើន (f) | រយៈពេលស្នាក់នៅជាមធ្យម (គិតជាថ្ងៃ/ម្នាក់) (g) | រយៈពេលស្នាក់នៅសរុប (នាក់ * ថ្ងៃ/ឆ្នាំ) (h)= (e)* (g) | សរុបរួម(ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ + ភ្ញៀវទេសចរជាតិ) (i)= (a)+ (e) | អត្រាកំណើន (j) | រយៈពេលស្នាក់នៅជាមធ្យម (គិតជាថ្ងៃ) (k) | រយៈពេលស្នាក់នៅសរុប (នាក់ * ថ្ងៃ/ឆ្នាំ) (l) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ២០១៩ | ២ ២០៥ ៦៩៧ | -១៤,៨៦% | ២,៨ | ៦ ១៧៥ ៩៥២ | ២ ០៥៦ ៦០៩ | -៣៦,៧១% | ១,៥ | ៣ ០៨៤ ៩១៤ | ៤ ២៦២ ៣០៦ | -២៧,០២% | ២,២ | ៩,១៦៣,៩៥៨ |
| សេណារីយ៉ូទី១ | | | | | | | | | | | | |
| ២០២៣ | ១ ៣២៦ ៣១៩ | ៣០,០០% | ២,៨ | ៣ ៧១៣ ៦៩២ | ២ ០៣៣ ២៦៦ | ៣០,០០% | ១,៥ | ៣ ០៤៩ ៩០០ | ៣ ៣៥៩ ៥៨៥ | ៣០,០០% | ២,២ | ៧ ២២៣ ១០៨ |
| ២០២៨ | ២ ៨២៣ ៦១៧ | ៨,០០% | ២,៨ | ៧ ៩០៦ ១២៩ | ៣ ៥៨៣ ៣១០ | ១២,០០% | ១,៥ | ៥ ៣៧៤ ៩៦៥ | ៦ ៤០៦ ៩២៨ | ១០,២០% | ២,២ | ១៣ ៧៧៤ ៨៩៥ |
| ២០៣០ | ៣ ២៩៣ ៤៦៧ | ៨,០០% | ២,៨ | ៩ ២២១ ៧០៩ | ៤ ៤៩៤ ៩០៤ | ១២,០០% | ១,៥ | ៦ ៧៤២ ៣៥៧ | ៧ ៧៨៨ ៣៧២ | ១០,២៧% | ២,២ | ១៦ ៧៤៤ ៩៩៩ |
| ២០៣៥ | ៤ ២០៣ ៣៩២ | ៥,០០% | ២,៨ | ១១ ៧៦៩ ៤៩៧ | ៦ ៦០៤ ៤៨៩ | ៨,០០% | ១,៥ | ៩ ៩០៦ ៧៣៤ | ១០ ៨០៧ ៨៨១ | ៦,៨១% | ២,២ | ២៣ ២៣៦ ៩៤៤ |
| សេណារីយ៉ូទី២ | | | | | | | | | | | | |
| ២០២៣ | ១ ៣២៦ ៣១៩ | ៣០,០០% | ២,៨ | ៣ ៧១៣ ៦៩២ | ២ ០៣៣ ២៦៦ | ៣០,០០% | ២,៥ | ៥ ០៨៣ ១៦៦ | ៣ ៣៥៩ ៥៨៥ | ៣០,០០% | ២,៧ | ៨ ៩០២ ៩០១ |
| ២០២៨ | ៣ ៦៨២ ៨២១ | ១៨,០០% | ៤,៥ | ១៦ ៥៧២ ៦៩៥ | ៤ ០៨៩ ៦២៥ | ១៥,០០% | ២,៥ | ១០ ២២៤ ០៦៣ | ៧ ៧៧២ ៤៤៦ | ១៦,៤០% | ៣,៥ | ២៧ ២០៣ ៥៦២ |
| ២០៣០ | ៥ ១២៧ ៩៦០ | ១៨,០០% | ៤,៥ | ២៣ ០៧៥ ៨២០ | ៥ ៤០៨ ៥២៩ | ១៥,០០% | ២,៥ | ១៣ ៥២១ ៣២៣ | ១០ ៥៣៦ ៤៨៩ | ១៦,៤៤% | ៣,៥ | ៣៦ ៨៧៧ ៧១៣ |
| ២០៣៥ | ៧ ៥៣៤ ៦៥៦ | ៨,០០% | ៥,៥ | ៤១ ៤៤០ ៦០៦ | ១០ ៨៧៨ ៤៨៤ | ១៥,០០% | ៣,០ | ៣២ ៦៣៥ ៤៥៣ | ១៨ ៤១៣ ១៤០ | ១២,០៣% | ៤,៣ | ៧៨ ២៥៥ ៨៤៥ |

## តារាងទី៣ : ឥទ្ធិពលសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមរបស់វិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាបឆ្នាំ២០១៩

| | (លានដុល្លារ) ការចំណាយ | (លានដុល្លារ) GRDP | (០០០នាក់) ការងារ | ចំណែកក្នុងខេត្ត | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | GRDP | ការងារ |
| ខេត្តសៀមរាប | - | ១ ៥៧២* | ៨៣០** | ១០០,០% | ១០០,០% |
| ឥទ្ធិពលសរុបនៅក្នុងខេត្តសៀមរាប (ក+ខ+គ+ឃ) | ៣ ២០៣ | ៧៩៤ | ៤៧៩ | ៥០,៥% | ៥៧,៨% |
| • ចំណាយទេសចរអន្តរជាតិក្នុងខេត្តសៀមរាប (ក) | ១ ១៨៦ | - | - | - | - |
| • ចំណាយទេសចរជាតិក្នុងខេត្តសៀមរាប (ខ) | ១៦៥ | - | - | - | - |
| វិស័យទេសចរណ៍ | ៧២០ | ៦៣១ | - | ៤០,១% | - |
| • ឥទ្ធិពលផ្ទាល់នៅក្នុងខេត្តសៀមរាប | ៥២៩ | ៤១៦ | ២៦៦ | ២៦,៥% | ៣២,១% |
| • ឥទ្ធិពលដោយប្រយោល ដែលកើតមាននៅក្នុងខេត្តសៀមរាប (ឃ) | ១ ៣២៤ | ៣៧៨ | ២១៣ | ២៤,១% | ២៥,៧% |

*Gross Provincial Domestic Product (GRDP)៖ ផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបក្នុងខេត្ត *(ចំណូលប្រចាំឆ្នាំប្រជាជនម្នាក់ ១ ៥៦០$ x ចំនួនប្រជាជនឆ្នាំ ២០១៩ សរុប ១,០០៧លាន នាក់)*

** *៨២,៤% អត្រាការងារខេត្តសៀមរាប (យោងតាម NEA ២០១៤) (១ ០០៧ ០០០ * ៨២,៤០%)= ៨២៩ ៧៦៨*

*(**ប្រភព៖** ការប៉ាន់ស្មានរបស់គណៈកម្មការអន្តរក្រសួង)*

## តារាងទី៤ : ឥទ្ធិពលសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមដែលបង្កើតដោយការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរនៅក្នុងខេត្តសៀមរាបនៅឆ្នាំ២០៣៥

| ឆ្នាំ២០១៩ | ឥទ្ធិពលសេដ្ឋកិច្ចពីភ្ញៀវទេសចរចំនួន ៤,៣ លាននាក់ | | |
|---|---|---|---|
| | **ការចំណាយ (គិតជា លានដុល្លារ)** | **ចំណូលដុលសរុបប្រចាំតំបន់ (GRDP) (គិតជា លានដុល្លារ)** | **ការងារ (គិតជា ម៉ឺននាក់)** |
| **ឥទ្ធិពលសរុបនៅក្នុងខេត្តសៀមរាប (ក+ ខ+ គ+ ឃ)** | ៣ ២០៣ | ៧៩៤ | ៤៨ |
| • ចំណាយទេសចរអន្តរជាតិក្នុងខេត្តសៀមរាប (ក) | ១ ១៨៦ | - | - |
| • ចំណាយទេសចរជាតិក្នុងខេត្តសៀមរាប (ខ) | ១៦៥ | - | - |
| វិស័យទេសចរណ៍ | ៧២០ | ៦៣១ | - |
| • ឥទ្ធិពលផ្ទាល់នៅក្នុងខេត្តសៀមរាប (គ) | ៥២៩ | ៤១៦ | ២៧ |
| • ឥទ្ធិពលដោយប្រយោល ដែលកើតមាននៅក្នុងខេត្តសៀមរាប (ឃ) | ១ ៣២៤ | ៣៧៨ | ២១ |
| ឆ្នាំ២០៣៥ សេណារីយ៉ូទី១ | ឥទ្ធិពលសេដ្ឋកិច្ចពីភ្ញៀវទេសចរចំនួន ១០,៨ លាននាក់ | | |
| **ឥទ្ធិពលសរុបនៅក្នុងខេត្តសៀមរាប (ក+ ខ+ គ+ ឃ)** | ៧ ២៥១ | ១ ៧៩៧ | ៩៧ |
| • ចំណាយទេសចរអន្តរជាតិក្នុងខេត្តសៀមរាប (ក) | ២ ៣៩៦ | - | - |
| • ចំណាយទេសចរជាតិក្នុងខេត្តសៀមរាប (ខ) | ៦៦១ | - | - |
| វិស័យទេសចរណ៍ | ១ ៦២៩ | ១ ៤២៨ | - |
| • ឥទ្ធិពលផ្ទាល់នៅក្នុងខេត្តសៀមរាប (គ) | ១ ១៩៨ | ៩៤២ | ៥៤ |
| • ឥទ្ធិពលដោយប្រយោល ដែលកើតមាននៅក្នុងខេត្តសៀមរាប (ឃ) | ២ ៩៩៦ | ៨៥៦ | ៤៣ |
| ឆ្នាំ២០៣៥ សេណារីយ៉ូទី២ | ឥទ្ធិពលសេដ្ឋកិច្ចពីភ្ញៀវទេសចរចំនួន ១៨,៤ លាននាក់ | | |
| **ឥទ្ធិពលសរុបនៅក្នុងខេត្តសៀមរាប (ក+ ខ+ គ+ ឃ)** | ២៣ ៨៦៥ | ៥ ៩១៦ | ១៦៩ |

| | | | |
|---|---|---|---|
| • ចំណាយទេសចរអន្តរជាតិក្នុងខេត្តសៀមរាប (ក) | ៨ ១០៣ | | - |
| • ចំណាយទេសចរជាតិក្នុងខេត្តសៀមរាប (ខ) | ១ ៩៥៨ | - | - |
| **វិស័យទេសចរណ៍** | ៥ ៣៦២ | ៤ ៦៩៨ | - |
| • ឥទ្ធិពលផ្ទាល់នៅក្នុងខេត្តសៀមរាប (គ) | ៣ ៩៤៤ | ៣ ០៩៩ | ៩៤ |
| • ឥទ្ធិពលដោយប្រយោល ដែលកើតមាននៅក្នុង ខេត្តសៀមរាប (ឃ) | ៩ ៨៦០ | ២ ៨១៧ | ៧៥ |

**តារាងទី៩ : ការព្យាករតម្រូវការ និងផ្គត់ផ្គង់នៃចំនួនបន្ទប់សណ្ឋាគារ និងផ្ទះសំណាក់នៅខេត្តសៀមរាប ២០២០-២០៣៥**

***(ឯកតា÷ បន្ទប់)***

| ឆ្នាំ | ចំនួនបន្ទប់តាមកំណើនភ្ញៀវ[20] (សិក្សាផ្នែកតម្រូវការ) | | ចំនួនបន្ទប់ត្រូវផ្គត់ផ្គង់ (សិក្សាផ្នែកផ្គត់ផ្គង់) | |
|---|---|---|---|---|
| | សណ្ឋាគារ | ផ្ទះសំណាក់ | សណ្ឋាគារ | ផ្ទះសំណាក់ |
| **២០១៩** | ១៣ ១៩២ | ២ ៧៧៣ | ១៤ ៥៨០[១] | ៤ ២៩៣[១] |
| **២០២៣** | **១០ ១៤១** | **២ ៧៧៩** | **១១ ៨៨៨**[៣] | **៤ ៤៩១**[៣] |
| **២០៣០** | **៣៣ ៩៤៨** | **៧ ៩៦៧** | **៣៩ ៨២០**[៤] | **៩ ៦៦៤**[៤] |
| **២០៣៥** | **៥៨ ៥១៧** | **១៤ ៦៧៧** | **៥៨ ៨៤៤**[៥] | **១៤ ៧៤០**[៥] |

*សម្គាល់÷*

*១. ចំនួនបន្ទប់ដែលមានស្រាប់ឆ្នាំ ២០១៩ សណ្ឋាគារមានចំនួន ២២៨ (ស្មើ ១៤,៥៨០ បន្ទប់) និងផ្ទះសំណាក់ចំនួន ២៤៨ (ស្មើ ៤,២៩៣ បន្ទប់)។*

*២. អត្រាធ្លាក់ចុះខ្លាំងនៃការផ្គត់ផ្គង់ចំនួនបន្ទប់នៅក្នុងឆ្នាំ២០២០ ដែលជាមធ្យមប្រមាណ -៤៧,៧៥% (សណ្ឋាគារ) និង -៤០% (ផ្ទះសំណាក់) ដោយសារឥទ្ធិពលនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ១៩ ។*

*៣. អត្រាកើនឡើងក្នុងឆ្នាំ២០២១-២០២៣ ចំនួនផ្គត់ផ្គង់បន្ទប់អាចកើនពី ១៥% ដល់ ៣០% (សណ្ឋាគារ) និងប្រមាណ ១៥% (ផ្ទះសំណាក់) ដែលជាដំណាក់កាលស្តារឡើងវិញ ត្រូវការរយៈពេល ៤-៥ ឆ្នាំ ដើម្បីស្តារវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបឡើងវិញក្រោយពីជួបវិបត្តិដ៏ធ្ងន់ធ្ងរនៅឆ្នាំ២០២០។*

---

*[20] ការគណនាចំនួនបន្ទប់តាមតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរ គឺគណនាដូចខាងក្រោម÷*

*ក. ចំនួនការស្នាក់នៅសរុបជាមធ្យមក្នុងមួយឆ្នាំ = (ចំនួនភ្ញៀវទេសចរ) x (រយៈពេលស្នាក់នៅជាមធ្យម)*

*ខ. អត្រានៃចំនួនភ្ញៀវទេសចរប្រចាំខែ (យោងតាមទិន្នន័យក្នុងឆ្នាំ២០១៩) ដោយ÷*

*-ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ÷ ១២,៣៩% (ខ្ពស់បំផុត ខែកុម្ភៈ), ៥,០២% (ទាបបំផុត ខែកញ្ញា)*

*-ភ្ញៀវទេសចរជាតិ÷ ៣១,៧៤% (ខ្ពស់បំផុត ខែមេសា), ២,៧៧% (ទាបបំផុត ខែកក្កដា)*

*គ. តាមអង្កេតភ្ញៀវទេសចរ និងការសិក្សារបស់ក្រុមការងារអន្តរក្រសួង ការបែងចែកទៅតាមប្រភេទសេវាស្នាក់នៅ (%)÷*

*-ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិជាមធ្យម÷ ៧០% (សណ្ឋាគារ), ១៥% (ផ្ទះសំណាក់), ១៥% (ផ្សេងៗ)*

*-ភ្ញៀវទេសចរជាតិជាមធ្យម÷ ២៧% (សណ្ឋាគារ), ៣៣% (ផ្ទះសំណាក់), ៤០% (ផ្សេងៗ)*

*ឃ. ចំនួនភ្ញៀវទេសចរស្នាក់នៅក្នុង១បន្ទប់ជាមធ្យម÷*

*-សម្រាប់សណ្ឋាគារ ១,៨ នាក់/បន្ទប់ (ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ) និង ២,៥នាក់/បន្ទប់ (ភ្ញៀវទេសចរជាតិ)*

*-សម្រាប់ផ្ទះសំណាក់ ២,៥ នាក់/បន្ទប់ (ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ) និង ២,៨ នាក់/បន្ទប់ (ភ្ញៀវទេសចរជាតិ)*

*ង. ដូច្នេះ ចំនួនតម្រូវការបន្ទប់សរុបក្នុង១ថ្ងៃជាមធ្យម = (ក x ខ x គ)/(ឃ x ៣១ថ្ងៃ)។*

*៤. ចាប់ពីឆ្នាំ២០២៣-២០៣០៖ អត្រាកំណើននៃចំនួនបន្ទប់ជាមធ្យម នៅចន្លោះ ១៤% ដល់ ១៥% (សណ្ឋាគារ) និងចន្លោះ ១០% ដល់ ១៥% (ផ្ទះសំណាក់) ដែលខេត្តសៀមរាបនឹងមានការវិនិយោគបន្ថែមទៀតនៅតាមតំបន់សំខាន់ៗនៅក្នុងខេត្តសៀមរាប ពិសេសនៅតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពដែលបានកំណត់ដោយផែនការមេ។*

*៥. ចាប់ពីឆ្នាំ២០៣១-២០៣៥៖ អត្រាកំណើននៅតែបន្តកើនឡើងប្រមាណ ១១% (សណ្ឋាគារ) និង ៥% (ផ្ទះសំណាក់) ដែលក្រោយពីការកើនឡើងយ៉ាងគំហុកនោះ អត្រាកំណើននឹងមានការថមថយបន្តិច ប៉ុន្តែប្រសិនបើខេត្តសៀមរាបបានអនុវត្តផែនការមេបានជោគជ័យ និងមានផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗសម្រាប់ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិកាន់តែច្រើន នោះតម្រូវការផ្គត់ផ្គង់ចំនួនបន្ទប់បន្ថែមនៅតែមានជានិច្ច។*

## តារាងទី៦: ការព្យាករតម្រូវការចំនួនបន្ទប់តាមចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារ ២០២០-២០៣៥

| ឆ្នាំ | ចំនួនតម្រូវការបន្ទប់ | ចំនួនបន្ទប់ដែលមាន | ចំនួនតម្រូវការបន្ទប់បន្ថែមតាមចំណាត់ថ្នាក់ និងបែងចែកជាភាគរយ | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ៥ | % | ៤ | % | ៣ | % | ២ | % | ១ | % | មិនមាន | % | ភាគរយសរុប |
| **២០១៩** | ១៣ ១៩២ | ១៤ ៥៨០ | ៤ ៥៤៥ | ៣១% | ២ ៣៧៥ | ១៦% | ៣១០ | ២% | ៧៧ | ១% | ៧៥ | ១% | ៧ ១៩៨ | ៤៩% | ១០០% |
| **២០២៣** | ១០ ១៤១ | ១១ ៨៨៨ | ៤ ១៥១ | ៣៥% | ២ ៤៤២ | ២១% | ៤៤២ | ៤% | ២៩២ | ២% | ១៦៤ | ១% | ៤ ៣៩៩ | ៣៧% | ១០០% |
| **២០៣០** | ៣៣ ៩៤៨ | ៣៩ ៨២០ | ១៧ ០៨៥ | ៤៣% | ៩ ១៣២ | ២៣% | ៣ ២៩១ | ៨% | ២ ៩៩៨ | ៨% | ២ ៥៣៦ | ៦% | ៤ ៧៧៨ | ១២% | ១០០% |
| **២០៣៥** | ៥៨ ៥១៧ | ៥៨ ៨៤៤ | ២៧ ៦២៩ | ៤៧% | ១៣ ៨៥១ | ២៤% | ៦ ៣៧៥ | ១១% | ៥ ៧៤៨ | ១០% | ៥ ២៤១ | ៩% | ០ | ០% | ១០០% |

## តារាងទី៧: ចំនួនទូកដឹកភ្ញៀវទេសចរក្នុងខេត្តសៀមរាប

| ល.រ | សហគមន៍ | ចំនួនទូក | | | តម្លៃ | | | | | Tax | ចំនួនភ្ញៀវចូលទស្សនា | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | តូច | ធំ | សរុប | ១-៧ | ៨-១៩ | ២០-២៩ | ៣០-៣៩ | ៤០-៤៥ | | ពីខែ៤-៧ | ពីខែ ៨-៣ |
| ០១ | ចុងឃ្នាស | ១២៧ | ២១០ | ៣៣៧ | ១៥$ | ២៤$ | ៣៤$ | ៤៤$ | | ៣$ | ៣០០ ៦០០ | ៤០០ ៨០០ |
| ០២ | កំពង់ភ្លុក | ៣៥០ | ១២១ | ៤៧១ | ២០$ | ៣៣$ | ៤៣$ | ៥៣$ | ៦៣$ | ២$ | ៧០ ១០០ | ១០០ ២០០ |
| ០៣ | មេជ្រៃ | ៣០ | ៨ | ៣៨ | ១៥$ | ២៥$ | ៣៥$ | ៤៥$ | ៥៥$ | ២$ | ០ | ៦០ ១០០ |
| ០៤ | កំពង់ឃ្លាំង | ៨៤ | ១២ | ៩៦ | ១៩$ | ៣៤$ | ៤១$ | ៤៦$ | ៦១$ | ២$ | ២៥ ៤០ | ៨០ ១០០ |
| សរុប | | ៥៩១ | ៣៥១ | ៩៤២ | | | | | | | | |

**តារាងទី៨: ការព្យាករសំរាម សំណល់រឹង ដែលកាត់បន្ថយដោយអនុវត្តគោលការណ៍ 4R (តោន/ថ្ងៃ និងតោន/ឆ្នាំ)**

| ចំនួនសំរាម សំណល់រឹង កាត់បន្ថយ តោន/ថ្ងៃ និង តោន/ឆ្នាំ នៅខេត្តសៀមរាប | | ២០២០ | ២០២៥ | ២០៣០ | ២០៣៥ |
|---|---|---|---|---|---|
| សំណល់កាត់បន្ថយដោយប្រជាជន | តោន/១ថ្ងៃ | 0.00 | ៧៩,៤៨ | ២៧០,៦២ | ៤០៩,៥២ |
| | តោន/ឆ្នាំ | 0.00 | ២៩ ០១០,២៧ | ៩៨ ៧៧៥,៦៦ | ១៤៩ ៤៧៣,៩៨ |
| សំណល់កាត់បន្ថយដោយភ្ញៀវទេសចរ | តោន/១ថ្ងៃ | 0.00 | ២,៣០ | ១៥,០៤ | ៤០,៥៩ |
| | តោន/ឆ្នាំ | 0.00 | ៨៤០,៤៦ | ៥ ៤៨៩,៥៧ | ១៤ ៨១៥,២១ |
| សំណល់កាត់បន្ថយសរុប | តោន/១ថ្ងៃ | 0.00 | ៨១,៧៨ | ២៨៥,៦៦ | ៤៥០,១១ |
| | តោន/ឆ្នាំ | 0.00 | ២៩ ៨៥០,៧៣ | ១០៤ ២៦៥,២៣ | ១៦៤ ២៨៩,១៩ |

**តារាងទី៩: លទ្ធភាពនៃប្រភពហិរញ្ញវត្ថុទ្រទ្រង់ការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់រឹង នៅខេត្តសៀមរាប**

| ប្រភេទសំណល់តាមប្រភព | **ធនធានហិរញ្ញវត្ថុ** |
|---|---|
| **ប្រភេទទី១:** សំណល់តាមលំនៅឋាន | ពិនិត្យទៅលើកត្តាទាំងឡាយដូចខាងក្រោម ការកំណត់បង្រួមថ្លៃដើមក្នុងការប្រមូលកម្រៃឱ្យបានអប្បបរមា ដោយប្រើប្រាស់ចំណាត់ការខ្លាំង គឺជាតម្រូវការអាទិភាព÷<br>• ប្រជាពលរដ្ឋគ្រប់គ្នាបញ្ចេញចោលសំណល់ក្នុងបរិមាណស្មើរតែដូចគ្នា<br>• មានអ្នកបញ្ចេញចោលសំណល់ជាច្រើន<br>• មានអ្នកមាន និងអ្នកក្រ<br>• ប្រជាពលរដ្ឋមិនចង់បង់ថ្លៃសេវា ប្រសិនបើអាច។<br>ប្រព័ន្ធប្រមូលចំណូលគួរ÷<br>• ពន្ធលំនៅឋាន<br>• ឬកម្រៃសេវាសំរាមប្រចាំខែ។ |
| **ប្រភេទទី២ :** សំណល់អាជីវកម្មខ្នាតធំៗ (ប្រភពបញ្ចេញចោលធំៗ) | លក្ខណៈរបស់សំណល់ប្រភេទនេះ មានដូចជា÷<br>• មានប្រភពបញ្ចេញចោលមិនសូវច្រើន<br>• បរិមាណសំណល់ដែលបញ្ចេញចោលមានលក្ខណៈខុសៗ គ្នាខ្លាំងដោយផ្អែកលើប្រភពបញ្ចេញចោល<br>• ក្រុមនេះអាចមានលទ្ធភាពចំណាយលើសេវាប្រមូលដោយសារតែចំណាយត្រូវបានគិតបញ្ចូលទៅក្នុងចំណាយអាជីវកម្មរបស់ពួកគេរួចហើយ។<br>ពិនិត្យទៅលើកត្តាទាំងឡាយដូចរៀបរាប់ខាងលើ រដ្ឋាករស្វយ័តខេត្តសៀមរាបគួរប្រមូលកម្រៃសេវាដោយផ្ទាល់ទៅតាមទំហំបរិមាណបញ្ចេញចោល។ |
| **ប្រភេទទី៣:** សំណល់អាជីវកម្មខ្នាតតូចៗ (ប្រភពបញ្ចេញចោលតូចៗ) | ការប្រមូលកម្រៃពីប្រភពបញ្ចេញសំណល់ ដោយផ្អែកលើបរិមាណបញ្ចេញជាក់ស្តែង គឺមានការលំបាកពីព្រោះអាជីវកម្មខ្នាតតូចមានចំនួនច្រើន។ ប្រព័ន្ធប្រមូលកម្រៃសេវាប្រមូលសំរាមពីអាជីវកម្មខ្នាតតូច គួរត្រូវបានដាក់ភ្ជាប់ជាមួយនឹងប្រព័ន្ធប្រមូលកម្រៃសេវាសំណល់តាមលំនៅឋាន។ |
| **ប្រភេទទី៤ :** សំណល់សាធារណៈ (ផ្លូវថ្នល់ ទន្លេ សួនច្បារ) | មានជម្រើសមួយចំនួនសម្រាប់ប្រភពធនធានហិរញ្ញវត្ថុនៃសំណល់ប្រភេទនេះដូចជា÷<br>• **ពន្ធ**<br>- ការបន្ថែមអត្រាលើពន្ធអចលនទ្រព្យ<br>- ការបង្កើនអាករពិសេសលើផលិតផលអេឡិចត្រូនិក និងផលិតផលប្លាស្ទិក<br>- ការដាក់អាករពិសេសលើផលិតផលភេសជ្ជៈប៉ូវកម្លាំង និងគ្រឿងស្រវឹង |

| | |
|---|---|
| | - ការដាក់ចេញនូវកម្រៃសោភណភាពក្រុងសៀមរាប (amenity fee)<br>- ថ្លៃសំបុត្រចូលឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន ទន្លេសាប (តាមសហគមន៍)។ល។ |

តារាងទី១០: បរិមាណប្រើប្រាស់ទឹកស្អាតរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ និងភ្ញៀវទេសចរ

| ឆ្នាំ | ២០១៤ | ២០១៥ | ២០១៦ | ២០១៧ | ២០១៨ | ២០១៩ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ចំនួនប្រជាជនប្រើប្រាស់ទឹកស្អាត | ២៦ ៨៥១ | ២៧ ៤៦៧ | ៣១ ៨៥១ | ៣៥ ២៦៦ | ៣៨ ៨១៩ | ៤៩ ៥៣៩ |
| ចំនួនភ្ញៀវទេសចរប្រើប្រាស់ទឹកស្អាត | - | - | - | - | - | - |
| បរិមាណប្រើប្រាស់ទឹកជាមធ្យមប្រជាជនម្នាក់ (លីត្រ/ថ្ងៃ | ១៥៧ | | | | | |
| បរិមាណប្រើប្រាស់ទឹកជាមធ្យមភ្ញៀវទេសចរម្នាក់ (លីត្រ/ថ្ងៃ | ៤០០ | | | | | |

តារាងទី១១: ការព្យាករតម្រូវការប្រើប្រាស់ទឹកស្អាតរបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិគិតជាម៉ែត្រគូប (ម៣) ពីឆ្នាំ២០២០ ដល់ ២០៣៥

| ឆ្នាំ | (a) ចំនួនភ្ញៀវអន្តរជាតិ/ឆ្នាំ (គិតជា ០០០ នាក់) | (b) រយៈពេលស្នាក់នៅជាចំនួនថ្ងៃ | (c) បរិមាណទឹកប្រើប្រាស់ lpcd | (d)=(a)*(b)*(c) ចំនួនទឹកប្រើប្រាស់ (០០០ម៣) របស់ទេសចរអន្តរជាតិ | (e) ចំនួនភ្ញៀវជាតិ/ឆ្នាំ (គិតជា ០០០ នាក់) | (f) រយៈពេលស្នាក់នៅជាចំនួនថ្ងៃ | (h)=(e)*(f)* (c) ចំនួនទឹកប្រើប្រាស់ (០០០ម៣)របស់ទេសចរជាតិ | (i)=(d)+(h) បរិមាណទឹកប្រើប្រាស់សរុប (០០០ម៣) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ២០១៩ | ២ ២០៦ | ២,៨ | ៤០០ | ២ ៤៧០ | ២ ០៥៧ | ២,០ | ១ ៦៤៥ | ៤ ១១៦ |
| ២០២០ | ៤៨៥ | ២,៨ | ៤០០ | ៥៤៣ | ៩២៥ | ២,៥ | ៩២៥ | ១ ៤៦៩ |
| ២០២៣ | ២ ១៨០ | ២,៨ | ៤០០ | ១ ៤៨៥ | ២ ០៣៣ | ២,៥ | ២ ០៣៣ | ៣ ៥១៩ |
| ២០៣០ | ៥ ១២៨ | ៤,៥ | ៣៥០ | ៨ ០៧៧ | ៥ ៤០៩ | ២,៥ | ៤ ៧៣២ | ១២ ៨០៩ |
| ២០៣៥ | ៧ ៥៣៥ | ៥,៥ | ៣០០ | ១២ ៤៣២ | ១០ ៨៧៨ | ៣,០ | ៩ ៧៩១ | ២២ ២២៣ |

តារាងទី១២: ស្ថានភាពថាមពលផលិតទិញ និងលក់ របស់អគ្គិសនីសៀមរាប (ឆ្នាំ២០០៩-២០១៩)

| ឆ្នាំ | ថាមពលផ្គត់ផ្គង់ក្នុង១ឆ្នាំ | | | ថាមពលលក់ (GWh)/១ឆ្នាំ | កំណើនអតិថិជនប្រើប្រាស់ |
|---|---|---|---|---|---|
| | ថាមពលផលិត (GWh) | ថាមពលទិញ (GWh) | សរុប | | |
| **២០០៩** | ១,១៤ | ១៦៤,០៧ | **១៦៥,២១** | **១៤៥,៦៣** | ១៨ ២២៩ |
| **២០១០** | ១,៣៣ | ១៩២,៦៤ | **១៩៣,៩៧** | **១៧១,៨៤** | ១៩ ៩៥១ |
| **២០១១** | ១,៣៧ | ២១២,៧៩ | **២១៤,១៦** | **១៨៨,៧៩** | ២៦ ១៥៦ |
| **២០១២** | ១,៤០ | ២៦៧,០៣ | **២៦៨,៤៣** | **២៣៨,៦១** | ២៨ ៧៩១ |
| **២០១៣** | ៤,៤០ | ២៩១,៧០ | **២៩៦,១** | **២៧០,០៤** | ៣២ ៧២៥ |
| **២០១៤** | ៥,០៨ | ៣៤១,៣៨ | **៣៤៦,៤៦** | **៣១៩,៣៣** | ៣៦ ៧២៦ |
| **២០១៥** | ៤,១១ | ៣៩៨,៣៦ | **៤០,៤៧** | **៣៧៦,១៣** | ៤០ ៩៤៩ |
| **២០១៦** | ៨,០៨ | ៤៥៧,៣៥ | **៤៦៥,៤៣** | **៤៤៦,៦១** | ៤៨ ៤៥២ |
| **២០១៧** | ២,៣០ | ៥២៤,៣៧ | **៥២៦,៦៧** | **៥១០,៦០** | ៦១ ៧៤៥ |
| **២០១៨** | ៦,៦៦ | ៥៨៨,៥៩ | **៥៩៥,២៥** | **៥៧២,៩៧** | ៧៦ ០២៣ |
| **២០១៩** | ២៤,១៩ | ៦៤៨,៧៦ | **៦៧២,៩៥** | **៦៥០,៥៣** | ៨៣ ៦១៤ |

តារាងទី១៣ : ការព្យាករនៃតម្រូវការប្រើប្រាស់ថាមពលអគ្គិសនី២០២០ រហូតដល់ឆ្នាំ២០៣៥

| ឆ្នាំ | ចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិសរុប | រយៈពេលស្នាក់ជាមធ្យមទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ | ថាមពលអគ្គិសនីប្រើប្រាស់សម្រាប់ទេសចរម្នាក់/ថ្ងៃ (គិតkWh) | ថាមពលអគ្គិសនីប្រើប្រាស់សរុបរបស់ទេសចរ/ឆ្នាំ (គិតGWh) | ថាមពលអគ្គិសនីប្រើប្រាស់សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរសរុប/ថ្ងៃ (គិតGWh) |
|---|---|---|---|---|---|
| ២០១៩ | ៤ ២៦២ ៣០៦ | ២,៤ | ២៩,៤២ | ៣០១ | ០,៨២ |
| ២០២០ | ១ ៤១០ ៧២៧ | ២,៦៥ | ២៩,៤២ | ១១០ | ០,៣០ |
| ២០២៣ | ៣ ៣៥៩ ៤៨៥ | ២,៦៥ | ២៩,៤២ | ២៦២ | ០,៧២ |
| ២០៣០ | ១០ ៥៣៦ ៤៨៩ | ៣,៥ | ២៥,០០ | ៩២២ | ២,៥៣ |
| ២០៣៥ | ១៨ ៤១៣ ១៤០ | ៤,២៥ | ២២,០០ | ១ ៧២២ | ៤,៧២ |

# សេចក្ដីថ្លែងអំណរគុណ

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះ **ឯកឧត្តមអគ្គបណ្ឌិតសភាចារ្យ អូន ព័ន្ធមុនីរ័ត្ន ឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រី រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ** និងជាប្រធានគណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍, **ឯកឧត្តមបណ្ឌិត ថោង ខុន រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍** និងជាប្រធានគណៈកម្មការអន្តរក្រសួង ដើម្បីសិក្សារៀបចំផែនការមេសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប, **លោកជំទាវបណ្ឌិតសភាចារ្យ ភឿង សកុណា រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ** និង **ឯកឧត្តម សាយ សំអាល់ រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងបរិស្ថាន** ចំពោះការដឹកនាំ និងណែនាំដល់លេខាធិការដ្ឋាននៃគណៈកម្មការអន្តរក្រសួង ដើម្បីសិក្សារៀបចំផែនការមេសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប រៀបចំផែនការមេសម្រេចបានជោគជ័យ។

សូមគោរពជូនពរ ឯកឧត្តម លោកជំទាវ សូមទទួលបាននូវពុទ្ធពរទាំង៤ប្រការ គឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ និងពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

| **១). លេខាធិការដ្ឋាន**<br>• ក្រុមការងារបច្ចេកទេស | | **២). ក្រុមការងារពិគ្រោះយោបល់ក្រសួងទេសចរណ៍** | |
|---|---|---|---|
| **១. ឯកឧត្តម ណេប សាមុត** | អគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ និងជាប្រធានលេខាធិការដ្ឋាននៃគណៈកម្មការអន្តរក្រសួងដើម្បីសិក្សារៀបចំផែនការមេសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប | **១. ឯកឧត្តម ទិត ចន្ថា** | រដ្ឋលេខាធិការប្រចាំការក្រសួងទេសចរណ៍ |
| **២. ឯកឧត្តម ថោង វឌ្ឍសក្តិ** | អគ្គនាយកអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ | | |
| **៣. ឯកឧត្តម អាំង សុវណ្ណរ័ត្ន** | អគ្គលេខាធិការរង គ.ជ.វ.ទ និងជាអគ្គនាយករងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ និងសហប្រតិ-បត្តិការអន្តរជាតិ | **២. ឯកឧត្តម ជា ប៊ូរ៉ា** | រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងទេសចរណ៍ |
| **៤. ឯកឧត្តម ឆាយ យុទ្ធឡុង** | ទីប្រឹក្សាក្រសួងទេសចរណ៍ និងជាអគ្គនាយករងគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ | **៣. ឯកឧត្តម សុង តុងហាប់** | អនុរដ្ឋលេខាធិការក្រសួងទេសចរណ៍ |
| **៥. លោកស្រី ហេង ស្រស់** | អនុប្រធាននាយកដ្ឋានទីភ្នាក់ងារ ដឹកជញ្ជូន និងមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ | **៤. ឯកឧត្តម ជា កុសល** | អនុរដ្ឋលេខាធិការ និងជានាយកខុទ្ទកាល័យក្រសួងទេសចរណ៍ |
| **៦. លោក មឿន ពន្លក** | អនុប្រធានការិយាល័យ នៃនាយកដ្ឋានវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត | **៥. ឯកឧត្តម ជួន ជ័យសត្យា** | អគ្គលេខាធិការរង គ.ជ.វ.ទ និងជាប្រធាននាយកដ្ឋានជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងអប់រំការយល់ដឹងជាសាធារណៈ |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ៧. កញ្ញា ចាន់ ថុនបញ្ញា | អនុប្រធានការិយាល័យ នៃនាយកដ្ឋានវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត | ៦. ឯកឧត្តម គីម សេរីរដ្ឋ | អគ្គលេខាធិការរង គ.ជ.វ.ទ និងជាប្រធាននាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ និងម្ហូបអាហារ |
| ៨. កញ្ញា ចាន់ ផល្លីកា | អនុប្រធានការិយាល័យ នៃនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងសេវា-កម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ និងម្ហូបអាហារ | ៧. លោក Gavin Bell | ប្រធានក្រុមការងារទីប្រឹក្សាបច្ចេកទេស និងជាអ្នកជំនាញការអន្តរជាតិផ្នែកទេសចរណ៍ |
| ៩ លោកស្រី ប៊ុន កញ្ញារា | មន្ត្រីជំនួយការអគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ | ៨. លោក ពីង សុង ពិសិដ្ឋ | អនុប្រធាននាយកដ្ឋានសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងគោលនយោបាយទេសចរណ៍ |
| ១០ លោក សេង វិរៈយុទ្ធ | មន្ត្រីជំនួយការអគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ | ៩. លោក ស៊ឹម សុខឿ | ប្រធានការិយាល័យ នៃនាយកដ្ឋានវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត |
| ១១. លោក នៅ បញ្ញា | មន្ត្រីជំនួយការអគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ | **៣). ក្រុមការងារពិគ្រោះយោបល់កម្រិតអន្តរក្រសួង** | |
| ១២. លោក សុន សំណាង | មន្ត្រីជំនួយការអគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ | ១. ឯកឧត្តម ឈន សុភាព | រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ |
| • ក្រុមការងាររដ្ឋបាល និងសម្របសម្រួលកិច្ចការទូទៅ | | ២. ឯកឧត្តម ផាន់ ផល្លា | រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ |
| ១. លោក លន់ ប៊ុនធឿន | ប្រធាននាយកដ្ឋានវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត | ៣. ឯកឧត្តម ស៊ុំ ម៉ាប់ | រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ |
| ២. លោក ស៊្វ គឹមព្រីទ្ធា | ប្រធាននាយកដ្ឋាននីតិកម្ម | ៤. ឯកឧត្តម ហង្ស ពៅ | អគ្គនាយកអាជ្ញាធរជាតិអប្សរា |
| ៣. លោក ង៉ូវ សេងកាក់ | ប្រធានមន្ទីរទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប | ៥. ឯកឧត្តម ឈាង វណ្ណារិទ្ធ | អគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានគោលនយោបាយ |
| ៤. លោក គុណ គឹមជួរ | អនុប្រធាននាយកដ្ឋានវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត | ៦. ឯកឧត្តម លី សៃ | អគ្គនាយកគ្រឹះស្ថានអង្គរ |
| ៦. លោកស្រី អៀង វ៉ានីតា | អនុប្រធាននាយកដ្ឋានទីភ្នាក់ងារ ដឹកជញ្ជូន និងមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ | ៧. ឯកឧត្តម សុខ សង្ហារ | អគ្គនាយករងអាជ្ញាធរជាតិអប្សរា |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ៧. កញ្ញា ហុង និមល | មន្ត្រីជំនួយការអគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ | ៤). ក្រុមការងារពិគ្រោះយោបល់ (Adhoc Team)<br>• សាកលវិទ្យាល័យ Toulouse និងអង្គការ Acting For Life | |
| • ក្រុមការងារចុះដឹកនាំអង្កេត | | ១. លោកសាស្ត្រាចារ្យ François Vellas | ប្រធានក្រុមជំនាញការអន្តរជាតិ |
| ១. លោក នាង ចំណាប់ | អនុប្រធាននាយកដ្ឋានវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត | ២. លោកសាស្ត្រាចារ្យ Jacques Ruffe | អ្នកជំនាញការផ្នែកគ្រប់គ្រងតំបន់ទេសចរណ៍ |
| ២. លោក សេង បូរមី | អនុប្រធាននាយកដ្ឋានវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត | ៣. លោកសាស្ត្រាចារ្យ Harry Coccossis | អ្នកជំនាញការជាន់ខ្ពស់ផ្នែកផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ |
| ៣. លោក ផាត់ សក្កដា | អនុប្រធាននាយកដ្ឋានវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត | ៤. លោក Boris Viallet | អ្នកជំនាញការទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាពនិងធុរៈកិច្ចថ្មី |
| ៤. លោក គង់ គួ គួ | ប្រធានការិយាល័យ នៃនាយកដ្ឋានវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត | ៥. លោកសាស្ត្រាចារ្យ Porn Narong Chaturaporn | អ្នកជំនាញការផ្នែកផែនការ និងនគរូបនីយកម្ម |
| ៥. លោក អ៊ែល សិលា | អនុប្រធានការិយាល័យ នៃនាយកដ្ឋានសេវាគាំពារទីក្រុងស្អាត និងជំរុញការប្រឡងប្រណាំង | • ក្រុមការងារលេខាធិការដ្ឋានគណៈកម្មាធិការអន្តរជាតិសម្របសម្រួលកិច្ចគាំពារ និងអភិវឌ្ឍន៍តំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រអង្គរ (ICC-Angkor) | |
| ៦. លោក ម៉ន អ៊ី | មន្ត្រីជំនួយការអគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ | ១. លោកសាស្ត្រាចារ្យ Azedine BESCHAOUCH | លេខាធិការអចិន្ត្រៃយ៍ នៃគណៈកម្មាធិការអន្តរជាតិសម្របសម្រួលការគាំពារ និងអភិវឌ្ឍន៍តំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រអង្គរ (ICC-Angkor) |
| ៧. លោក សោ ប៊ុនថា | អ្នកជំនាញការរបស់ក្រុមហ៊ុនឯកជន | ២. លោកជំទាវ ចៅ ស៊ុនកិរិយា | ទីប្រឹក្សាក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ |

រៀបចំដោយ៖

សហការដោយ៖