ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា

ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ
អភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍
២០១២-២០២០

បានទទួលការឯកភាពពីគណៈរដ្ឋមន្ត្រីក្នុង
សម័យប្រជុំពេញអង្គនាថ្ងៃទី២០ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១២

MINISTRY OF TOURISM
ក្រសួងទេសចរណ៍

កម្ពុជា
ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍

២០១២-២០២០

បានទទួលការឯកភាពពីគណៈរដ្ឋមន្ត្រីក្នុងសម័យប្រជុំពេញអង្គ

នាថ្ងៃទី២០ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១២

សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន
នាយករដ្ឋមន្ត្រី នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

សារលិខិត

របស់សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រី នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា គាំទ្រផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០

ក្នុងនាមរាជរដ្ឋាភិបាល ខ្ញុំសូមសម្តែងនូវមនោសញ្ចេតនារីករាយថ្លែងនូវសារលិខិតជូនជនរួមជាតិទាំងអស់ជាទីស្នេហា អំពីឆន្ទៈ ការប្តេជ្ញាចិត្តនិងបុព្វហេតុក្នុងការគាំទ្រ**ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២ - ២០២០** ។ ពិតណាស់ថា វិស័យទេសចរណ៍គឺជាវិស័យអាទិភាពមួយត្រូវបានកំណត់នៅក្នុង**យុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណ**របស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ហើយវិស័យនេះបានរួមចំណែកកសាងនិងអភិវឌ្ឍសង្គម- សេដ្ឋកិច្ចជាតិរបស់យើងយ៉ាងច្រើន ជាពិសេសបានលើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅ និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាជនតាមរយៈការផ្តល់ឱកាសការងារនិងមុខរបរ ។

ជារួម**ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២ - ២០២០** បានបង្ហាញនូវចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់ និងយូរអង្វែងសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា ដោយផ្តោតជាសំខាន់លើសក្តានុពលនៃធនធាន ***« វប្បធម៌និងធម្មជាតិ »*** ។ ទេសចរណ៍វប្បធម៌ត្រូវបានផ្តល់អាទិភាពខ្ពស់ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា ព្រមជាមួយនឹងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងអេកូទេសចរណ៍ដែលជាចក្ខុវិស័យ និងគោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីរួមចំណែកដល់ការទប់ទល់បម្រែបម្រួលអាកាសធាតុសកលផង និងរួមចំណែកដល់ការអភិវឌ្ឍន៍***សេដ្ឋកិច្ចបៃតង***នៅកម្ពុជាផង ។ **ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ**នេះបានបង្ហាញថា នៅឆ្នាំ ២០២០ កម្ពុជានឹងទទួលបានភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ ៧ លាននាក់ ព្រមជាមួយនឹងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណជា ៨ ទៅ ១០ លាននាក់ ទស្សនានៅទូទាំងប្រទេស ។ ចំណូលទៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចជាតិពីវិស័យទេសចរណ៍នឹងកើនឡើងដល់ប្រមាណ ៥.០០០ លានដុល្លារអាមេរិក នៅក្នុងមួយឆ្នាំ ដែលចំណូលនេះនឹងរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ដល់កំណើននៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប និងផ្តល់ឱកាសការងារប្រមាណ ៨០ ម៉ឺននាក់ ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍មួយនេះ ។ ទាំងអស់នេះជាផលដ៏ធំសម្បើមមួយមិនចេះរីងស្ងួតដែលកម្ពុជាខ្លួនឯងអាចធ្វើបាន ហើយបង្កើតបានជាប្រវត្តិសាស្ត្រថ្មីមួយនៃវិស័យ-ទេសចរណ៍ជាតិយើង ។ ដូច្នេះយើងទាំងអស់គ្នាក្នុងនាមជាប្រជាជាតិកម្ពុជាដែលនឹងទទួលបាននូវផលប្រយោជន៍ទាំងអស់នេះត្រូវរួមគ្នាគាំទ្រនិងចូលរួមចំណែកទាំងអស់គ្នា ។

ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះ ខ្ញុំសូមបង្ហាញអំពីឆន្ទៈគាំទ្រ ដើម្បីសម្រេចចក្ខុវិស័យខាងលើនេះ និងធានាការបែងចែកផលទេសចរណ៍ប្រកបដោយសមធម៌ជូនគ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធ ដោយឈរលើគោលការណ៍គ្រឹះជាមូលដ្ឋានសំខាន់ ៥ យ៉ាង ដែលត្រូវបានដាក់ចេញនិងអនុវត្តដូចខាងក្រោម ÷

ទី១. រាជរដ្ឋាភិបាលប្រកាន់ជំហរបើកទូលាយការធ្វើធុរកិច្ចទេសចរណ៍ ដោយគាំទ្រការប្រកួតប្រជែងស្មើភាពចំពោះមុខច្បាប់ និងប្រកាន់ខ្ជាប់នូវគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ដើម្បីបង្កើនបរិយាកាសធុរកិច្ចនិងសកម្មភាពទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាឱ្យប្រកបដោយភាពទាក់ទាញនិងភាពកក់ក្តៅដល់ភ្ញៀវទេសចរ ។

ទី២. ជំរុញអនុវត្តយ៉ាងសកម្មគោលនយោបាយគាំទ្រនានា ដល់ការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ជាពិសេសគោលនយោបាយបើកចំហជើងមេឃ ផ្លូវទឹក និងផ្លូវគោក ដើម្បីធ្វើឱ្យកាន់តែងាយស្រួលការធ្វើដំណើរនិងការដឹកជញ្ជូនភ្ញៀវទេសចរ ។

ទី៣. លើកកម្ពស់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយវិស័យឯកជន ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ ដើម្បីជំរុញដល់កិច្ចអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជាតិឱ្យសម្រេចបានតាមគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួន ។

ទី៤. ជំរុញការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍នេះ ដើម្បីរកទីផ្សារជូនប្រជាជនលក់ផលិតផលរបស់ខ្លួន ព្រោះថាវិស័យទេសចរណ៍ គឺជាការនាំចេញនៅនឹងកន្លែង ។ ទន្ទឹមនេះ យើងនឹងបន្តជំរុញលើកទឹកចិត្តនិងបង្កលក្ខណៈងាយស្រួល ព្រមទាំងគាំទ្រការចូលរួមអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍របស់ប្រជាជន ពិសេសប្រជាជនសហគមន៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នានា ដើម្បីចីរភាពនៃការអភិវឌ្ឍន៍ផង ការបង្កើតការងារ ការកាត់បន្ថយចំណាកស្រុក និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាជនផងដែរ ។

ទី៥. លើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តន៍ច្បាប់ ប្រើប្រាស់មូលដ្ឋានគតិយុត្ត ដើម្បីធានាការពារផលប្រយោជន៍ទេសចរណ៍ស្របច្បាប់របស់គ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងធានាការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជាឱ្យប្រកបដោយចិរភាព គុណភាពនិងការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ ។

ជាថ្មីម្តងទៀត ក្នុងនាមរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ខ្ញុំសូមវាយតម្លៃខ្ពស់ចំពោះថ្នាក់ដឹកនាំ មន្ត្រីរាជការក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ ជាពិសេសគណៈកម្មាធិការគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ក្រសួងទេសចរណ៍ ឧត្តមក្រុមប្រឹក្សាសេដ្ឋកិច្ចជាតិ ទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រី ដែលបានសហការគ្នាធ្វើឱ្យឯកសារ**ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍** នេះ បានលេចចេញជារូបរាង ហើយត្រូវបានអនុម័តនិងបានក្លាយជាឯកសារដ៏មានតម្លៃបំផុតសម្រាប់ជាតិយើង ។ ឆ្លៀតឱកាសនេះ ខ្ញុំសូមអំពាវនាវគ្រប់ក្រសួង- ស្ថាប័ន អាជ្ញាធរដែនដីគ្រប់លំដាប់-ថ្នាក់ ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ វិស័យឯកជន ក៏ដូចជាប្រជាជនទាំងអស់ សូមចូលរួមគាំទ្រ និងរួមចំណែកឱ្យបានសកម្មក្នុងការអនុវត្តន៍ **ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០** នេះ ឱ្យទទួលបានជោគជ័យជាស្ថាពរ ។

ខ្ញុំសង្ឃឹមយ៉ាងមុតមាំថា ភាគីពាក់ពន្ធ័ទាំងអស់ ទាំងក្នុងជួររាជរដ្ឋាភិបាល វិស័យឯកជន អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍នឹងយក **ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍** នេះ ទៅប្រើប្រាស់ជាត្រីវិស័យ ក្នុងការបង្កើនល្បឿនកិច្ចអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាឱ្យប្រកបដោយចិរភាព គុណភាព និងការទទួល-ខុសត្រូវ និងក្នុងបុព្វហេតុលើកកម្ពស់ថែមទៀតនូវកិត្យានុភាពកម្ពុជា «**កម្ពុជាៈ ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ**» ឱ្យក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ « **វប្បធម៌ និងធម្មជាតិ** » លំដាប់ពិភពលោក ។

ធ្វើនៅរាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី ០៤ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ ២០១២

ហ៊ុន សែន

ក្រសួងទេសចរណ៍

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

CAMBODIA
Kingdom of Wonder

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ
របស់ឯកឧត្តម ថោង ខុន រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍

ក្នុងនាមក្រសួងទេសចរណ៍ ថ្នាក់ដឹកនាំ និងមន្ត្រីរាជការ ខ្ញុំសូមសំដែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុតចំពោះរាជរដ្ឋាភិបាល ដែលបានគាំទ្រ និងអនុម័តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០។ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ គឺជាឯកសារដ៏សំខាន់របស់ជាតិ និងជាត្រីវិស័យចង្អុលបង្ហាញការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព គុណភាព និងការទទួលខុសត្រូវ។

វិស័យទេសចរណ៍ត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាទទួលស្គាល់ថាជា "**មាសបៃតង**" ជាផ្នែកដ៏សំខាន់នៃសេដ្ឋកិច្ចបៃតង ដែលចំណូលនៃវិស័យនេះ ត្រូវបានចាក់បញ្ចូលភ្លាមៗទៅក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចជាតិ រួមចំណែកជំរុញកំណើនផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប។ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ រួមចំណែកយ៉ាងសកម្មដល់កិច្ចអភិវឌ្ឍន៍ ថែរក្សា ការពារ និងអភិរក្សសម្បត្តិវប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ធនធានធម្មជាតិ។ ម្យ៉ាងទៀត ការរីកលូតលាស់នៃទេសចរណ៍ជួយលើកស្ទួយកិត្យានុភាពជាតិលើឆាកអន្តរជាតិ ការពង្រឹង និងពង្រីកមិត្តភាព សាមគ្គីភាព កិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងការធ្វើសមាហរណកម្មកម្ពុជាទៅក្នុងតំបន់ និងពិភពលោក។

រាជរដ្ឋាភិបាល ក្រោមការដឹកនាំដ៏ត្រឹមត្រូវ និងឈ្លាសវៃប្រកបដោយគតិបណ្ឌិតរបស់ **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រី នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** ដែលនិច្ចកាល សម្តេចតែងយកចិត្តទុកដាក់ ដឹកនាំ គាំទ្រ និងជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍សម្រេចបានជោគជ័យជាបន្តបន្ទាប់។ រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញគោលនយោបាយ វិធានការ ផែនការ និងយុទ្ធសាស្ត្រជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ពិសេសគោលនយោបាយបើកចំហរជើងមេឃ និងយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។

ជាការពិត **កម្ពុជាៈ ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ** មានសក្តានុពលយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ ដោយឈរលើប្រភពធនធាន "**វប្បធម៌ និងធម្មជាតិ**" ការឯកភាពជាតិ ស្ថិរភាពនយោបាយ សន្តិសុខ និងសុវត្ថិភាពល្អ។ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០ នេះ គឺជាឯកសារដ៏សំខាន់ បង្ហាញថែមទៀតនូវឆន្ទៈនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការយកវិស័យនេះជាវិស័យអាទិភាពមួយក្នុងការរួមចំណែកកសាងសេដ្ឋកិច្ចសង្គមកម្ពុជា។

ឯកសារផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ បានបង្ហាញនូវចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់សម្រាប់អនាគតនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា ដោយផ្តោតជាសំខាន់ទៅលើទិសដៅជាយុទ្ធសាស្ត្រទាំង៦ រួមមាន៖ ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ការសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ការតភ្ជាប់ និងការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ ការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន ប្រព័ន្ធច្បាប់ និងយន្តការនៃការគ្រប់គ្រង និងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស។ ព្រមជាមួយនេះ យុទ្ធសាស្ត្រក៏បានចង្អុលបង្ហាញពីការសិក្សាអំពីបញ្ហាប្រឈម ហានិភ័យ ចំណុចខ្លាំង កាលានុវត្តន៍ភាព និងការដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រ វិធានការ និងផែនការ និងយន្តការដើម្បីអនុវត្ត។

ជាថ្មីម្តងទៀត តាងនាមឲ្យថ្នាក់ដឹកនាំ និងមន្ត្រីរាជការក្រសួងទេសចរណ៍ ខ្ញុំបាទសូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅជាទីបំផុតចំពោះ **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** ដែលជានិច្ចកាលតែងតែយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការគាំទ្រ និងជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ជាក់ស្តែង **សម្តេចតេជោ នាយករដ្ឋមន្ត្រី** និងគណៈរដ្ឋមន្ត្រី បានគាំទ្រ និងអនុម័តឯកសារផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០នេះ នៅក្នុងកិច្ចប្រជុំគណៈរដ្ឋមន្ត្រីពេញអង្គនាថ្ងៃទី២០ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១២។

ខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះក្រសួង ស្ថាប័ន និងអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ វិស័យឯកជន អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ ដែលបានចូលរួមផ្តល់មតិយោបល់ និងកិច្ចសហការនានាក្នុងការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍នេះ។

ក្នុងនាមក្រសួងទេសចរណ៍ សូមប្តេជ្ញាយ៉ាងម៉ឺងម៉ាត់ បង្កើនកិច្ចសហការជាមួយក្រសួង ស្ថាប័ន និងអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ វិស័យឯកជន អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ ដើម្បីជំរុញអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០ នេះ ឲ្យទទួលបានជោគជ័យ៕

ធ្វើនៅភ្នំពេញ ថ្ងៃទី០៣ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ២០១២

រដ្ឋមន្ត្រី

ថោង ខុន

យច្បាស់លាស់សម្រាប់អនាគតនៃ
ៅលើទិសដៅជាយុទ្ធសាស្ត្រទាំង៦
ផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ការតភ្ជាប់
សុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ ការគ្រប់គ្រង
និងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស។
បញ្ហាប្រឈម ហានិភ័យ ចំណុច
ការ និងផែនការ និងយន្តការដើម្បី

សួងទេសចរណ៍ ខ្ញុំបាទសូមគោរព
ុចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ
ដែលជានិច្ចកាលតែងតែយកចិត្ត
។ ជាក់ស្តែង **សម្តេចតេជោ**
សារផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍
ន្តីពេញអង្គនាថ្ងៃទី២០ ខែកក្កដា

រពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ វិស័យឯកជន
ល់មតិយោបល់ និងកិច្ចសហការ
។

បង្កើនកិច្ចសហការជាមួយក្រសួង
ិ និងអន្តរជាតិ និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍
០១២-២០២០ នេះ ឲ្យទទួលបាន

ពេញ ថ្ងៃទី០៣ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ២០១២
រដ្ឋមន្ត្រី

ថោង ខុន

មាតិកា

ទំព័រ

សារលិខិតសម្តេចតេជោ ---------- I
លិខិតថ្លែងអំណរគុណ ---------- III
I. **សេចក្តីផ្តើម** ---------- ១
II. **សភាពការណ៍ទេសចរណ៍** ---------- ១
១- សភាពការណ៍ទេសចរណ៍ពិភពលោក ---------- ១
២- សភាពការណ៍ទេសចរណ៍តំបន់ ---------- ២
៣- សភាពការណ៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា ---------- ២
៤- ចំណូលទេសចរណ៍ ---------- ៣
III. **ចក្ខុវិស័យ** ---------- ៤
IV. **គោលបំណងនិងគោលដៅ** ---------- ៦
V. **ការវិភាគជាយុទ្ធសាស្ត្រ** ---------- ៦
១- ផលិតផលទេសចរណ៍ ---------- ៦
២- ការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយ ---------- ៧
៣- ការតភ្ជាប់និងសម្រួលការធ្វើដំណើរ ---------- ៨
៤- សុវត្ថិភាពទេសចរណ៍និងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន ---------- ១០
៥- ច្បាប់និងយន្តការគ្រប់គ្រង ---------- ១១
VI. **ទិសដៅជាយុទ្ធសាស្ត្រនិងយុទ្ធសាស្ត្រ** ---------- ១២
១- ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ---------- ១២
១.១ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តាមតំបន់អាទិភាព ---------- ១៣
១.២ អង្គរនិងតំបន់ជុំវិញ ---------- ១៥
១.៣ ភ្នំពេញនិងតំបន់ជុំវិញ ---------- ១៧
១.៤ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរ ---------- ១៩
១.៥ ភូមិភាគឦសាន ---------- ២៣
១.៦ តំបន់ជុំវិញបឹងទន្លេសាប ---------- ២៤
១.៧ តំបន់តាមដងទន្លេមេគង្គនិងទន្លេបាសាក់ ---------- ២៦
២. ការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ---------- ២៧
២.១ ទីផ្សារទេសចរណ៍ ---------- ២៨
២.២ ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ---------- ៣៥
៣. ការតភ្ជាប់និងសម្រួលការធ្វើដំណើរដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ ---------- ៣៨
៤. ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន ---------- ៤០
៤.១ ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ ---------- ៤០
៤.២ ការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន ---------- ៤២
៥. ប្រព័ន្ធច្បាប់និងយន្តការគ្រប់គ្រង ---------- ៤២
៦. ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស ---------- ៤៣
VII. **ផែនការនិងវិធានការជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍** (**មាសបៃតង**) ---------- ៤៤
១. ផែនការនិងវិធានការជំរុញអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ---------- ៤៤
២. ផែនការនិងវិធានការទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ---------- ៤៧
៣. ផែនការនិងវិធានការពាក់ព័ន្ធដល់ការតភ្ជាប់និងការសម្រួលការធ្វើដំណើរនិងការដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ ---------- ៤៩
៤. ផែនការនិងវិធានការពង្រឹងសន្តិសុខនិងសុវត្ថិភាពភ្ញៀវ ---------- ៥២
៥. ផែនការនិងវិធានការច្បាប់និងយន្តការអនុវត្ត ---------- ៥៣
៦. ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស ---------- ៥៤
VIII. **ធនធានហិរញ្ញវត្ថុ** ---------- ៥៥
IX. **ការត្រួតពិនិត្យនិងវាយតម្លៃ** ---------- ៥៥
X. **សេចក្តីសន្និដ្ឋាន** ---------- ៥៦
ឧបសម្ព័ន្ធ

ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍២០១២-២០២០

I. សេចក្តីផ្តើម

(១) វិស័យទេសចរណ៍ដែលមានលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធ គឺជាវិស័យអាទិភាពមួយត្រូវបានកំណត់នៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។ វិស័យទេសចរណ៍រួមចំណែកកសាងសេដ្ឋកិច្ចសង្គម ផ្តល់ឱកាសការងារ ប្រាក់ចំណូល លើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅ និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ ទេសចរណ៍ត្រូវបានទទួលស្គាល់ថាជា "មាសបៃតង" ជាផ្នែកដ៏សំខាន់នៃសេដ្ឋកិច្ចបៃតង ដែលចំណូលនៃវិស័យនេះ ត្រូវបានចាក់បញ្ចូលភ្លាមៗទៅក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចជាតិ រួមចំណែកជំរុញកំណើនផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប(GDP) និងធ្វើឲ្យមានលំនឹងផ្នែកជញ្ជីងពាណិជ្ជកម្ម។ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាពនិងការទទួលខុសត្រូវរួមចំណែកយ៉ាងសកម្មដល់កិច្ចអភិវឌ្ឍ ថែរក្សា ការពារ និងអភិរក្សសម្បត្តិវប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ធនធានធម្មជាតិ។ ម្យ៉ាងទៀត ការរីកលូតលាស់នៃទេសចរណ៍ជួយលើកស្ទួយកិត្យានុភាពជាតិលើឆាកអន្តរជាតិ ការពង្រឹងនិងពង្រីកមិត្តភាព សាមគ្គីភាព កិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងការធ្វើសមាហរណកម្មកម្ពុជាទៅក្នុងតំបន់និងអន្តរជាតិ។

(២) ជាការពិត **កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ** មានសក្តានុពលយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ ដោយឈរលើប្រភពធនធាន " វប្បធម៌និងធម្មជាតិ " ការឯកភាពជាតិ ស្ថិរភាពនយោបាយ សន្តិសុខ និងសុវត្ថិភាពល្អ។ រាជរដ្ឋាភិបាលប្តេជ្ញាចិត្តយ៉ាងម៉ឺងម៉ាត់ក្នុងការបន្តជំរុញយ៉ាងសកម្មសន្ទុះរីកចម្រើននៃវិស័យទេសចរណ៍សំដៅរួមចំណែកពង្រឹងមូលដ្ឋានសេដ្ឋកិច្ច និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាពលរដ្ឋ។ ដើម្បីសម្រេចនូវគោលដៅនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលបាននិងកំពុងដាក់ចេញជាបន្តបន្ទាប់នូវគោលនយោបាយ យុទ្ធសាស្ត្រ ផែនការ វិធានការ និងបន្តការអនុវត្តប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវនិងមានប្រសិទ្ធភាព ក្នុងនោះរួមមាន ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍២០១២-២០២០។

II. សភាពការណ៍ទេសចរណ៍

១- សភាពការណ៍ទេសចរណ៍ពិភពលោក

(៣) ទេសចរណ៍ជាឧស្សាហកម្មដែលបានផ្តល់ការងារដោយផ្ទាល់ប្រមាណជាង៧៥លាននិងរាប់រយលានការងារដោយប្រយោល ពិសេសផ្តល់ការងារសម្រាប់យុវជននិងស្ត្រី ទាំងនៅទីប្រជុំជនទាំងក្នុងសហគមន៍មូលដ្ឋាន។ ឆ្នាំ២០១០ ចំណូលទេសចរណ៍ជាង៩២៨ពាន់លានដុល្លារ ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយរួមចំណែកប្រមាណជាង៣០%នៃការនាំចេញផ្នែកសេវា ហើយអត្រានេះកើនរហូតដល់៤៥%នៅតាមប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍនានាក្នុងសកលលោក។

(៤) យោងតាមអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក ឆ្នាំ២០០៩ មានទេសចរចំនួន៨៨០លាននាក់ក្នុងសកលលោកទាំងមូល ដោយថយចុះ៥,៨% ដោយសារផលប៉ះពាល់ជាសំខាន់ពីវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច។ និន្នាការទេសចរណ៍ពិភពលោកប្រែប្រួលកើនឡើងនៅឆ្នាំ២០១០ ស្របនឹងការងើបឡើងវិញនៃសេដ្ឋកិច្ច

ជាសកល ដោយជំរុញចលនាទេសចរប្រមាណជាង៩៣៥លាននាក់កើនឡើង៦,៧%ធៀបនឹងឆ្នាំ២០០៩ ក្នុងនោះអាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក បានបង្ហាញអត្រាកំណើន១៤% ទ្វីបអាមេរិកកើន៨% ទ្វីបអឺរ៉ុបទទួលបានកំណើន៣% ទ្វីបអាហ្វ្រិកកើន៩% និងមជ្ឈិមបូព៌ាកើន១៦%។ និន្នាការទេសចរណ៍ពិភពលោកបន្តកើនឡើង៥%នៅឆ្នាំ២០១១ ហើយត្រូវបានព្យាករថានឹងឡើងដល់១ ៦០០លាននាក់នៅឆ្នាំ២០២០។

២- សភាពការណ៍ទេសចរណ៍តំបន់

(៥) តំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិកមានសញ្ញាកើនឡើងនៃទេសចរណ៍ ដោយសារកត្តាសំខាន់ៗជាច្រើន ក្នុងការរក្សាលំនឹងទេសចរណ៍ ក្នុងនោះរួមមាន ចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងតំបន់ដោយហេតុថាតំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិកមានប្រជាជនច្រើន តភ្ជាប់គ្នាគ្រប់មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ និងស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចមានលំនឹង។

(៦) អាស៊ានគឺជាតំបន់ដែលមានការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍យ៉ាងខ្លាំងមួយនៃពិភពលោក។ ឆ្នាំ២០០៩ ទោះបីទទួលរងវិបត្តិនានាក៏ដោយ ក៏ទេសចរណ៍អាស៊ាននៅបង្ហាញសញ្ញាវិជ្ជមាន ដោយសម្រេចបានកំណើនទេសចរណ៍០,១៩% ជាមួយចំនួនទេសចរជាង៦៥លាននាក់។ ការធ្វើដំណើរនិងទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងអាស៊ានមានកំណើនគួរឲ្យកត់សម្គាល់ ដោយរួមចំណែកជាង៤៥% ហើយទេសចរអឺរ៉ុបរួមចំណែកបានប្រមាណ១០%នៃភ្ញៀវសរុបមកដល់អាស៊ាន។ ឆ្នាំ២០១០ អាស៊ានសម្រេចបានកំណើនទេសចរណ៍ប្រមាណជាង១០% ភាគច្រើនគឺសន្ទុះកើនឡើងនៃទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងនិងការមកដល់នៃភ្ញៀវចិន (៤,៥លាននាក់) កូរ៉េ(២,៨លាននាក់) និងជប៉ុន(២,៨លាននាក់)។

(៧) ដោយឡែក ឆ្នាំ២០១១ ទេសចរណ៍អាស៊ានមានកំណើន៧,៤%ថែមទៀត ដោយមានទេសចរមកដល់អាស៊ានចំនួនប្រមាណ៨១,២៣លាននាក់ ក្នុងនោះប្រ៊ុយណេទទួលបានទេសចរ០,២៦លាន កម្ពុជា២,៨៨លាន ឥណ្ឌូនេស៊ី៧,៦០លាន ឡាវ២,៧៦លាន ម៉ាឡេស៊ី២៤,៧លាន ភូមា០,៨១លាន ហ្វីលីពីន៣,៩២លាន សិង្ហបុរី១៣,២លាន ថៃ១៩,០៩លាន និងវៀតណាម៦,០១លាននាក់។

៣- សភាពការណ៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា

(៨) **កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ** ទទួលរងឥទ្ធិពលនៃវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោក ការរីករាលដាលនៃជំងឺA/H1N1 និងវិបត្តិនយោបាយនៃប្រទេសជិតខាងក្នុងតំបន់កន្លងមក។ វិបត្តិទាំងនេះជាឧបសគ្គដែលកាត់បន្ថយកំណើនទេសចរណ៍កម្ពុជា ដែលធ្លាប់ទទួលកំណើនលេខពីរខ្ទង់ជាច្រើនឆ្នាំ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ក្រោមការដឹកនាំរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ការខិតខំប្រឹងប្រែងពីគ្រប់មជ្ឈដ្ឋានពិសេសការបន្តអនុវត្តយ៉ាងសកម្មនូវយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ "កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ" និងចលនាប្រឡងប្រណាំង "ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ" ព្រមទាំងយុទ្ធសាស្ត្រគន្លឹះ៧ចំណុច នាំឲ្យទេសចរណ៍កម្ពុជា មិនគ្រាន់តែទប់ទល់បាននូវឥទ្ធិពលវិបត្តិកន្លងមកប៉ុណ្ណោះទេ គឺថែមទាំងជំរុញបានការរីកចម្រើន ថែមទៀតដោយសម្រេចបានកំណើនទេសចរណ៍ជិត២% ជាមួយចំនួនជាង២,១៦លាននាក់ក្នុងឆ្នាំ២០០៩។

(៩) ឆ្នាំ២០១០ ទេសចរណ៍កម្ពុជាបានបង្ហាញសន្ទុះរីកចម្រើន ដោយទទួលបានទេសចរអន្តរជាតិជាង២,៥លាននាក់ ក្នុងអត្រាកំណើនប្រមាណ១៦%។ ឆ្នាំ២០១១ ទេសចរអន្តរជាតិមកទស្សនាកម្ពុជាមានចំនួន២,៨៨លាននាក់ កើនឡើង១៤,៩%ថែមទៀត។ គួរកត់សម្គាល់ថា ទេសចរមកពីប្រទេសជិតខាងនិងក្នុងតំបន់មានសន្ទុះកើនឡើងខ្ពស់ រួមមានទេសចរវៀតណាមឈរក្នុងលំដាប់លេខ១ កើនឡើង១៩,៤% កូរ៉េកើនឡើង១៨,៣% ចិនកើនឡើង៣៩,២% ជប៉ុនកើនឡើង៦,៦% និងឡាវកើនឡើង៣៩,៣%។ ទេសចរមកពីតំបន់ឆ្ងាយ ពិសេសទេសចរអឺរ៉ុបនៅតែបានបង្ហាញសញ្ញាកើនឡើងប្រមាណ១៥% ផងដែរ បើទោះបីស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចអឺរ៉ុបនៅបន្តជួបការលំបាកនៅឡើយ។

(១០) ការមកដល់របស់ទេសចរតាមផ្លូវអាកាសបានកើនឡើងជាង១៣,៥% ទាំងរាជធានីភ្នំពេញនិងខេត្តសៀមរាប។ និន្នាការកើនឡើងនៃការមកដល់តាមផ្លូវអាកាស បានលេចចេញជាបញ្ហាប្រឈមក្នុងរយៈពេលជាបន្តបន្ទាប់នេះ (អំពីការលំបាករកទិញសំបុត្រយន្តហោះមកកម្ពុជាតាមផ្លូវហោះហើរមួយចំនួន)។ ទេសចរតាមផ្លូវគោកនិងផ្លូវទឹកក៏បានបង្ហាញនូវកំណើនជាង១៦,៤%ផងដែរ ដែលនេះជាសញ្ញាវិជ្ជមានមួយទៀតរួមចំណែកដល់កំណើនទេសចរណ៍កម្ពុជា។

(១១) សកម្មភាពទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកមានសន្ទុះកើនឡើងគួរកត់សម្គាល់។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០១១ មានទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណជាង៧,៩លាននាក់កើនឡើង៤% ដោយបានរួមចំណែកយ៉ាងមានឥទ្ធិពលដល់សកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចផ្ទៃក្នុង។ ការរីកចម្រើននៃទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកក៏កាន់តែបង្ហាញច្បាស់ថា កម្ពុជាមានស្ថិរភាពនយោបាយ សន្តិសុខ សុវត្ថិភាព ប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធល្អប្រសើរ រមណីយដ្ឋានសេវាទេសចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំអភិវឌ្ឍ និងស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាមានលំនឹងល្អ។ ស្របនឹងស្ថានភាពនេះ ក៏បានបង្ហាញផងដែរនូវកំណើនទេសចរកម្ពុជាទៅទស្សនាបរទេស ក្នុងនោះរួមមាន ទេសចរព្យាបាលសុខភាព។

(១២) ម្យ៉ាងទៀត សកម្មភាពទេសចរណ៍ត្រូវបានពង្រីកវិសាលភាពនៅទូទាំងប្រទេសនិងតំបន់ទេសចរណ៍វប្បធម៌និងធម្មជាតិ ក្នុងនោះតំបន់អេកូទេសចរណ៍នៅភាគឦសាន ជុំវិញបឹងទន្លេសាប និងភាគនិរតី សហគមន៍ទេសចរណ៍នៅតាមតំបន់ជនបទនិងតំបន់ព្រៃភ្នំ បានទាក់ទាញបង្កើនទេសចរផង និងបង្ហាញច្បាស់អំពីកត្តាសន្តិសុខ សុវត្ថិភាពល្អ ក្នុងការទស្សនាព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាផងដែរ។ ជារួម និន្នាការទេសចរណ៍កម្ពុជាមានកំណើនល្អប្រសើរបន្តទៅអនាគត ដោយមានការគាំទ្រពីរាជរដ្ឋាភិបាលគ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធ និងស្របតាមបរិយាកាសសុខ សន្តិភាព ស្ថិរភាពនយោបាយ និងការអភិវឌ្ឍរបស់កម្ពុជា។

៤- ចំណូលពីទេសចរណ៍

(១៣) វិស័យទេសចរណ៍ផ្តល់ផលប្រយោជន៍យ៉ាងច្រើនដល់សេដ្ឋកិច្ច សង្គម វប្បធម៌ និងបរិស្ថាន ដោយផ្ទាល់និងដោយប្រយោល។ ទេសចរណ៍ គឺជាចលករដ៏សំខាន់មួយក្នុងការរួមចំណែកជំរុញ កំណើនសេដ្ឋកិច្ចតាមរយៈការចាក់បញ្ចូលភ្លាមៗនៃរូបិយបណ្ណបរទេស(ចំណូលពីទេសចរណ៍) ទៅក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ច

កម្ពុជា ដោយជំរុញសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច បង្កើនចំណែកនៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប(GDP) បង្កើតនិងបង្កើនការងារ មុខរបរ ចំណូលប្រជាពលរដ្ឋ និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។

(១៤) ចំណូលទេសចរណ៍ វិវឌ្ឍរីកចម្រើននៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាដែលជាសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ហើយបង្កើតបានជាមេគុណប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ច ដោយបង្កើនថែមនូវបរិមាណចំណូល ហើយក្លាយជាប្រភពទុនវិនិយោគសាធារណៈនិងឯកជនដ៏មានឥទ្ធិពល។ ទេសចរណ៍ គឺជាការនាំចេញដែលរួមចំណែកទប់ទល់ការបាត់តុល្យភាពនៃជញ្ជីងពាណិជ្ជកម្មនិងការលើកកម្ពស់ភាពប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជា។

(១៥) ការសិក្សាបង្ហាញថា ទេសចរណ៍បាននាំមកនូវចំណូលប្រមាណ ១ ៧៨៦លានដុល្លារអាមេរិក (២០១០) និងប្រមាណ១ ៨៥០លានដុល្លារ(២០១១) ក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា ដោយមានមេគុណប្រសិទ្ធភាពចំនួន២។ ទិន្នន័យនេះបញ្ជាក់ថា ចំណូលពីទេសចរណ៍វិវឌ្ឍរីកចម្រើនដោយបង្កើនបរិមាណ រហូតដល់ ៣ ៧០០លានដុល្លារអាមេរិកក្នុងប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ច។ ទន្ទឹមនឹងនេះ យើងក៏បានកត់សម្គាល់ផងដែរថា ចំណូលពីទេសចរណ៍បានធ្លាយចេញទៅវិញប្រមាណ២៥% ដែលភាគច្រើនផ្តោតទៅលើការនាំចូល ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់ការរីកលូតលាស់នៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍។ ការធ្លុះធ្លាយត្រូវបានកាត់បន្ថយតាមរយៈ ការបង្កើន ការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលនិងសេវាក្នុងស្រុក ដូចជា បន្លែ ផ្លែឈើ ត្រី សាច់ គ្រឿងសង្ហារិម កម្លាំង ពលកម្ម និងអ្នកជំនាញជាជនជាតិខ្មែរ។ល។

(១៦) វិស័យទេសចរណ៍ ក៏បានផ្តល់ឱកាសការងារជាច្រើនដល់ប្រជាពលរដ្ឋ និងផ្តល់ប្រាក់ចំណូលដែលជួយលើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅនិងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ ឆ្នាំ២០១១ ការងារទេសចរណ៍ប្រមាណជាងបីសែននាក់ ហើយការងារដោយប្រយោលរាប់ម៉ឺននាក់ផ្សេងទៀត ត្រូវបានបង្កើតឡើងតាមរយៈវិស័យទេសចរណ៍។ និយោជិតទេសចរណ៍ម្នាក់អាចជួយចិញ្ចឹមគ្រួសារនៅជនបទប្រមាណ២ឬ៣នាក់។

III. ចក្ខុវិស័យ

(១៧) ចក្ខុវិស័យ គឺការជំរុញអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា ដែលជាទេសចរណ៍វប្បធម៌និងធម្មជាតិ ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវនិងនិរន្តរភាព ដោយស្រូបយកផលប្រយោជន៍ពីវិស័យទេសចរណ៍ រួមចំណែកកសាងសេដ្ឋកិច្ច សង្គម បង្កើនឱកាសការងារ និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ ក្នុងន័យនេះ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ គឺត្រូវសម្រេចឲ្យបានទាំងបរិមាណនិងគុណភាព ត្រូវប្រើប្រាស់ឲ្យអស់លទ្ធភាពនូវសក្តានុពលដែលមាន ប្រកបដោយមនសិការ និងត្រូវគោរពដល់តម្លៃវប្បធម៌ សង្គមជាតិទាំងមូល។ ភ្ជាប់ជាមួយនេះ ត្រូវជំរុញឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែងនិងលើកកម្ពស់កិត្យានុភាពកម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិ តាមរយៈការធ្វើសមាហរណកម្មកម្ពុជាទៅក្នុងតំបន់និងអន្តរជាតិ ការប្រែក្លាយកម្ពុជាឲ្យទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍ " វប្បធម៌និងធម្មជាតិ " កម្រិតអន្តរជាតិប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ សុខសន្តិភាព សុវត្ថិភាព និងផាសុកភាពសម្រាប់ភ្ញៀវមកពីគ្រប់ទិសទីនៃពិភពលោក ព្រមទាំងការផ្តល់បរិយាកាសវិនិយោគប្រកបដោយភាពជឿជាក់។ ព្រមជាមួយនេះ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ត្រូវធានាគ្រប់គ្រងទប់ស្កាត់ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាននៃទេសចរណ៍លើសេដ្ឋកិច្ច វប្បធម៌ សង្គម និងបរិស្ថាន។

(១៨) ទេសចរណ៍វប្បធម៌ ត្រូវបានផ្តល់អាទិភាពខ្ពស់ក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា ទន្ទឹមនឹងការជំរុញអភិវឌ្ឍប្រភេទទេសចរណ៍សមស្របផ្សេងៗទៀត ដូចជា អេកូទេសចរណ៍ ទេសចរណ៍ សហគមន៍ ទេសចរណ៍បែបកម្សាន្ត កីឡាទេសចរណ៍។ល។ ដើម្បីបម្រើផលប្រយោជន៍សង្គមទាំងមូល។ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព គឺឆ្ពោះទៅរក "ទេសចរណ៍គុណភាព" គួបផ្សំការស្វាគមន៍ប្រភេទទេសចរណ៍នានាដោយមានការគ្រប់គ្រង។

(១៩) ដើម្បីសម្រេចគោលដៅនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលបានកំណត់យកឆ្នាំ២០២០ជាឆ្នាំគោលដើម្បីជំរុញទាក់ទាញទេសចរអន្តរជាតិឲ្យមកទស្សនាកម្ពុជាឲ្យបានប្រមាណ៧លាននាក់ និងធ្វើឲ្យកម្ពុជាត្រូវបានទទួលស្គាល់ថា ជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោកប្រកបដោយភាពកក់ក្តៅ។ សម្រេចបានទេសចរអន្តរជាតិ៧លាននាក់នៅឆ្នាំ២០២០ នោះកម្ពុជានឹងអាចទទួលចំណូលពីទេសចរណ៍ប្រមាណជា ៥ ០០០លានដុល្លារអាមេរិក ហើយបើគិតមេគុណប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ច២ថែមទៀត ចំណូលនោះអាចកើនបានដល់១០ ០០០លានដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំ។ ចំណូលនេះនឹងរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងកំណើនផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប ពិសេសគឺចំណូល (ផ.ស.ស.) សម្រាប់ប្រជាជនម្នាក់ៗកើនឡើងបន្ថែមទៀត។

(២០) ដើម្បីធានាការប្តេជ្ញាចិត្តដ៏មុតមាំនេះ ពិសេសការធានាការបែងចែកផលទេសចរណ៍ប្រកបដោយសមធម៌ជូនគ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធ ក្នុងនោះជាសំខាន់គឺសំដៅដល់ប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជា គោលការណ៍គ្រឹះជាមូលដ្ឋានសំខាន់ៗ៥យ៉ាងត្រូវបានគោរពប្រតិបត្តិរួមមាន៖

១- ប្រកាន់ជំហរបើកទូលាយការធ្វើធុរកិច្ចទេសចរណ៍ ដោយគាំទ្រការប្រកួតប្រជែងស្មើភាពចំពោះមុខច្បាប់ និងប្រកាន់ខ្ជាប់នូវគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ដើម្បីបង្កើនបរិយាកាស ធុរកិច្ច និងសកម្មភាពទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាប្រកបដោយភាពទាក់ទាញនិងភាពកក់ក្តៅ។

២- ជំរុញអនុវត្តយ៉ាងសកម្មនូវគោលនយោបាយគាំទ្រនានាដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ពិសេសគោលនយោបាយបើកចំហជើងមេឃ ផ្លូវទឹក និងផ្លូវគោក ដើម្បីបង្កើនការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍។

៣- លើកកម្ពស់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងរាជរដ្ឋាភិបាល និងផ្នែកឯកជន ដៃគូអភិវឌ្ឍ ដើម្បីជំរុញអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍សម្រេចគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ។

៤- ជំរុញលើកទឹកចិត្តនិងបង្កលក្ខណៈងាយស្រួល ព្រមទាំងគាំទ្រការចូលរួមអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍របស់ប្រជាពលរដ្ឋ ពិសេសប្រជាពលរដ្ឋសហគមន៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នានា ដើម្បីនិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍផង ការការពារផង និងការផ្តល់ផលប្រយោជន៍ បង្កើតការងារ កាត់បន្ថយការធ្វើចំណាកស្រុក និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាជនផង។

៥- លើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តច្បាប់ ការប្រើប្រាស់មូលដ្ឋានគតិយុត្ត ដើម្បីធានាការពារផលប្រយោជន៍ទេសចរណ៍ស្របច្បាប់របស់គ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងធានាការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយគុណភាព និរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ។

IV.គោលបំណងនិងគោលដៅ

(២១) ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍២០១២-២០២០ គឺជាឯកសារក្របខ័ណ្ឌផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររួម ដែលកំណត់អំពីចក្ខុវិស័យ គោលការណ៍ គោលដៅជាយុទ្ធសាស្ត្រ វិធានការ និងផែនការសំខាន់ៗសម្រាប់គ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ។ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះក៏ត្រូវរៀបចំឲ្យមានសង្គតិភាពនិងភាពស្របគ្នាជាមួយគោលនយោបាយជាតិនានា ពិសេសគោលនយោបាយជាតិលើវិស័យទេសចរណ៍និងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។ ម្យ៉ាងទៀត ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ក៏ជាឯកសារគន្លឹះនិងជាផែនទីបង្ហាញផ្លូវក្នុងការឈានទៅសម្រេចគោលដៅនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ដើម្បីរួមចំណែកដល់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។

(២២) ឯកសារផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ នឹងត្រូវបានប្រើប្រាស់ធ្វើជាមូលដ្ឋានក្នុងការវិភាគ និងការសម្រេចចិត្តនានា ពាក់ព័ន្ធនឹងការគ្រប់គ្រងនិងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ក្នុងនោះក៏ជាមធ្យោបាយដើម្បីកៀរគរការចូលរួមគាំទ្រពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធរួមមាន ផ្នែកសាធារណៈ ផ្នែកឯកជន ដៃគូអភិវឌ្ឍ និងប្រជាពលរដ្ឋ។

V. ការវិភាគជាយុទ្ធសាស្ត្រ

(២៣) វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាបាននិងកំពុងអភិវឌ្ឍឈានឡើងឥតឈប់ឈរ ក្រោមពន្លឺសន្តិភាព ស្ថិរភាព ក្រោមការដឹកនាំដ៏ត្រឹមត្រូវរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល និងការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធរួមមាន ផ្នែកឯកជន និងប្រជាពលរដ្ឋ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ការអភិវឌ្ឍតែងជួបបញ្ហាប្រឈម និងហានិភ័យមួយចំនួនដែលទាមទារឲ្យមានការពិនិត្យ ការឆ្លុះបញ្ចាំង និងការដោះស្រាយឲ្យបានទាន់ពេលវេលា។

បញ្ហាប្រឈមនានាក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ត្រូវបានវិភាគ និងឆ្លុះបញ្ចាំងដូចខាងក្រោម៖

១- ផលិតផលទេសចរណ៍

(២៤) កំណើនទេសចរណ៍កន្លងមកនិងបច្ចុប្បន្ន មួយផ្នែកអាស្រ័យលើផលិតផលទេសចរណ៍កម្ពុជានៅថ្មី អាចទាក់ទាញបានភាគច្រើនអ្នកទស្សនាលើកទី១។ ប៉ុន្តែនិន្នាការនេះនឹងប្រែប្រួលនៅថ្ងៃអនាគត នៅពេលដែលផលិតផលទេសចរណ៍កាន់តែត្រូវបានប្រើប្រាស់ ប្រសិនបើការរៀបចំអភិវឌ្ឍមិនបានសមស្របឬមិនជំរុញលើកកម្ពស់គុណភាពបន្ថែម។ ផលិតផលទេសចរណ៍វិវត្តប្រែប្រួល ហើយភាពទាក់ទាញនៃផលិតផលក៏អាចធ្លាក់ចុះ។ ម្យ៉ាងទៀត ការពឹងផ្អែកខ្លាំងលើផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌តែមួយមុខនោះ កំណើនទេសចរណ៍កម្ពុជានឹងមិនកើនច្រើនឡើយ។

(២៥) ការធ្លាក់ចុះគុណភាពផលិតផល គឺរុញឲ្យកម្លាំងប្រកួតប្រជែងថយចុះ ដែលជាឧបសគ្គដល់ការទាក់ទាញទេសចរ។ ភាពស្អាត អនាម័យ ការរៀបចំកែច្នៃផលិតផលទេសចរណ៍ ការអនុវត្តស្តង់ដាគុណភាពផលិតផលនិងសេវាទេសចរណ៍នៅមានកម្រិត ដែលកត្តាទាំងនេះ អាចជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានដល់ទេសចរណ៍សម្រាប់រយៈពេលយូរអង្វែង។

(២៦) កត្តាធនធានមនុស្សផ្នែកទេសចរណ៍ ពិសេសផ្នែកជំនាញនៅខ្វះខាតច្រើនដើម្បីបម្រើនិងទ្រទ្រង់ដល់ការរីកលូតលាស់នៃវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ កម្ពុជាពុំទាន់មានសាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍គ្រប់គ្រាន់នៅឡើយ សម្រាប់ការរៀបចំធនធានមនុស្សនាថ្ងៃអនាគតដើម្បីត្រៀមទទួលទេសចរ៧លាននាក់ ដែលទាមទារនូវកម្លាំងពលកម្មប្រកបដោយជំនាញយ៉ាងតិច ក៏ប្រមាណ៥០ម៉ឺននាក់បន្ថែម។ ការប្រែក្លាយបុគ្គលម្នាក់ៗឲ្យទៅជាអ្នកជំនាញ មិនអាចធ្វើរយៈពេលខ្លីបានឡើយ គឺទាមទារនូវការត្រៀមលក្ខណសម្បត្តិគ្រប់យ៉ាងជាមុន។

(២៧) កត្តាថ្លៃក៏ចោទជាបញ្ហាផងដែរ ក្នុងនោះថ្លៃធ្វើដំណើរតាមផ្លូវអាកាស គឺត្រូវបានចោទថាខ្ពស់ជាងគេបំផុតនៅក្នុងតំបន់។ ការកើនថ្លៃតាមតម្រូវការនៃរដូវកាលគឺបានចោទជាបញ្ហា ក្នុងនោះបណ្តាលមកពីកំណើនតម្រូវការច្រើនជាងការផ្គត់ផ្គង់ ពិសេសនៅតាមរដូវកាលទេសចរណ៍នីមួយៗ។ ការប៉ះពាល់ពីអាជីវកម្មរ៉ែឬការបូមយកខ្សាច់ហួសកម្រិត អាចបណ្តាលឲ្យប៉ះពាល់ដល់ផលិតផលទេសចរណ៍ដូចជា ប៉ះពាល់ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី ការបំពុលបរិស្ថាន ឬការរំខានដោយសំឡេង។ល។ ម្យ៉ាងទៀតភាពមិនគ្រប់គ្រាន់នៃការផ្គត់ផ្គង់ទឹកស្អាតនិងថាមពលអគ្គិសនីនៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍ គឺជាបញ្ហាប្រឈមចំពោះការអភិវឌ្ឍអនាគត ពិសេសតំបន់សៀមរាប ដែលភាគច្រើនប្រភពទឹកត្រូវបានបូមយកពីក្នុងដី ដែលអាចប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាននៅសៀមរាប ពិសេសអាចប៉ះពាល់ដល់គ្រឹះប្រាសាទអង្គរ។

២- ការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយ

(២៨) តាមលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ ទេសចរអន្តរជាតិមកកម្ពុជាភាគច្រើន(៨០%) ទស្សនាមួយដង ហើយអ្នកទស្សនាលើសពីមួយដងមាន២០%។ នេះជាបញ្ហាប្រឈមមួយព្រោះថា បើយើងរក្សាបានចំណែកអ្នកមកទស្សនាច្រើនដងនោះ កំណើនទេសចរកើនរហ័សដោយការបញ្ចូលគ្នារវាងភ្ញៀវថ្មីនិងភ្ញៀវចាស់។ ករណីនេះអាចបណ្តាលមកពីផលិតផលទេសចរណ៍ សេវា ឬមកពីការផ្សព្វផ្សាយ និងសកម្មភាពទីផ្សារនៅមានកម្រិត ដែលមិនអាចទាក់ទាញការទស្សនាច្រើនដងបាន។ ដើម្បីដឹងច្បាស់ពីករណីនេះ ការធ្វើអង្កេតទេសចរណ៍ជាប្រការចាំបាច់ក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានពីទេសចរ អំពីភាពទាក់ទាញចិត្ត និងការមិនពេញចិត្ត ឬសំណូមពរនានារបស់ភ្ញៀវ។

(២៩) ការសិក្សាទីផ្សារទេសចរណ៍នៅមានកម្រិត ដោយមិនទាន់អាចវិភាគបានលម្អិតពីចំណែក និងប្រភេទ ឬតម្រូវការទីផ្សារថ្មីៗដែលរះឡើង។ ភាពខ្វះខាតនេះបានរុញឲ្យការផ្សព្វផ្សាយរបស់កម្ពុជាមិនទាន់ចំគោលដៅទេសចរណ៍ទាំងស្រុង និងចូលជ្រៅទៅក្នុងទីផ្សារថ្មីៗដែលរះឡើង។ ភាពមានកម្រិតនៃផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធានមនុស្ស ក៏ចូលរួមចំណែកផងដែរដល់កម្រិតកំណត់នៃការសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ម្យ៉ាងទៀត ការចូលរួមរបស់ផ្នែកឯកជនក្នុងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយក៏នៅមានកម្រិតផងដែរ ដោយភាគច្រើនផ្នែកឯកជន និងផ្នែកសាធារណៈ ធ្វើសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយដោយឡែកពីគ្នា។

(៣០) សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ នៅមានកម្រិតទាំងបរិមាណនិងគុណភាព ព្រមទាំងភាសាដែលបានប្រើប្រាស់។ ការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានត្រូវបានខិតខំជំរុញ តែនៅមិនទាន់

អាចប្រកួតប្រជែងជាមួយតំបន់និងអន្តរជាតិបានខ្លាំង។ កម្ពុជាពុំទាន់មានស្ថានតំណាងទេសចរណ៍នៅតាមទីផ្សារទេសចរណ៍អាទិភាពនៅឡើយ គ្រាន់តែមានតំណាងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ នៅតាមទីផ្សារខ្លះ ដោយប្រើប្រាស់តំណាងផ្នែកឯកជន។

(៣១) ការផ្សព្វផ្សាយក្នុងប្រទេសមានសកម្មភាពប្រសើរ ទោះបីមិនទាន់ខ្លាំងក្លានិងមិនទាន់ប្រទាក់ក្រឡាគ្នាទាំងស្រុង។ តំបន់ខ្លះមានមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍រួចហើយ ប៉ុន្តែតំបន់ជាច្រើនទៀតមិនទាន់មាន ពិសេសនៅតាមផ្លូវជាតិសំខាន់ៗតាមច្រកព្រំដែន និងគោលដៅទេសចរណ៍។ ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកមានសកម្មភាពភាគច្រើនលើការអប់រំ បង្កើនការយល់ដឹង ដូចជា ស្ប៉តចម្រៀងឬតន្ត្រី ប៉ុន្តែលក្ខណៈទីផ្សារមិនទាន់ស៊ីជម្រៅនៅឡើយទេ ក្នុងនោះសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកនៅមានកម្រិត។

៣- ការតភ្ជាប់និងសម្រួលការធ្វើដំណើរ

(៣២) យើងនៅជួបបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួននៅក្នុងការតភ្ជាប់និងសម្រួលការធ្វើដំណើរដែលជាឧបសគ្គដល់លំហូរទេសចរ ទោះបីយើងបានខិតខំយ៉ាងច្រើនលើកិច្ចការនេះ។ នៅក្នុងអាស៊ាន កម្ពុជាមិនទាន់មានការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសជាមួយគ្រប់ប្រទេសនៅឡើយ។ បើយើងមានការតភ្ជាប់ល្អ យើងអាចទាក់ទាញទេសចរដោយផ្ទាល់ពីប្រភពទីផ្សារទាំងនេះ ពិសេសឥណ្ឌូនេស៊ីនិងហ្វីលីពីន ដែលមានប្រជាជនសរុបប្រមាណ៣០០លាននាក់។ កម្ពុជាក៏ពុំទាន់មានការហោះហើរជាប្រចាំមកពីជប៉ុន ដែលជាប្រភពទេសចរណ៍ដ៏ធំក្នុងតំបន់ដែលមានទេសចរជប៉ុនចេញក្រៅប្រទេសប្រមាណ២០លាននាក់ក្នុង១ឆ្នាំ ហើយការតភ្ជាប់ជាមួយឥណ្ឌា អារ៉ាប់ និងរុស្ស៊ីបាននិងកំពុងធ្វើទំនាក់ទំនងតែមិនទាន់មានការហោះហើរនៅឡើយ។

(៣៣) បញ្ហាប្រឈមចម្បងចំពោះកម្ពុជាគឺ ច្រកចង្អៀតនៃការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាស។ ជារួមមានបញ្ហាសំខាន់៤យ៉ាងគឺ (១)ពុំទាន់មានការហោះហើរត្រង់ច្រើនពីប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍ឆ្ងាយៗ (ទើបមានអាកាសចរណ៍បារាំង) (២)ការតភ្ជាប់ក្នុងតំបន់មានកម្រិត (៣)អាកាសចរណ៍ជាតិទើបបង្កើតឡើងនៅមានកម្រិត (៤)ការធ្វើដំណើរតាមផ្លូវអាកាសចំណាយពេលច្រើននិងថ្លៃខ្ពស់ធៀបទៅនឹងប្រទេសក្នុងតំបន់។

(៣៤) ការទាក់ទាញការហោះចូលនៃអាកាសចរណ៍ធំៗអាចមានការពិចារណាច្រើន ព្រោះថាកម្ពុជាមិនទាន់ក្លាយជាចំណុចស្នូលនៅឡើយទេក្នុងតំបន់ ហើយអាកាសចរណ៍ធំៗបាននិងកំពុងប្រតិបត្តិការតភ្ជាប់ជាមួយវៀតណាម ថៃ សិង្ហបុរី។ល។ ម្យ៉ាងទៀតសមត្ថភាពមានកម្រិតរបស់ព្រលានយន្តហោះអន្តរជាតិរបស់កម្ពុជាត្រូវពិចារណាផងដែរ។

(៣៥) ការហោះហើរត្រង់របស់អាកាសចរណ៍បារាំងមកកម្ពុជា គឺជាការតភ្ជាប់ផ្លូវឆ្ងាយ។ ប៉ុន្តែដើម្បីធានាសម្រេចគម្រោងនេះនិងធានានិរន្តរភាពនៃការហោះហើរ ការរួមគ្នាផ្នែកទីផ្សារនិងការផ្សព្វផ្សាយត្រូវសកម្មឡើងដើម្បីទាក់ទាញទេសចរបន្ថែមតាមរយៈអាកាសចរណ៍បារាំងនេះ។

(៣៦) ការដឹកជញ្ជូនទេសចរចូលតាមផ្លូវអាកាស គឺនៅមានកម្រិត មិនអាចឲ្យកម្ពុជាសម្រេចចក្ខុវិស័យនៃចំនួនទេសចរ៤,៥លាននាក់ក្នុងឆ្នាំ២០១៥ឬ៧លាននាក់ក្នុងឆ្នាំ២០២០បានឡើយ។ ករណីនេះ បង្ហាញច្បាស់តាមការវិភាគនៃកម្រិតសមត្ថភាពផ្ទុកនៃជើងយន្តហោះទាំងអស់មកកម្ពុជា ដែលមានប្រមាណតែ១៥០ជើងក្នុងមួយសប្តាហ៍ក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន។ ចំនួននេះអាចផ្ទុកទេសចរមិនលើសពីមួយលាននាក់ឡើយ (មិនគិតអ្នកដំណើរទូទៅផ្សេងទៀត)ក្នុង១ឆ្នាំ។

(៣៧) ឈរលើមូលដ្ឋាននេះ បើគ្មានការបន្ថែមជើងយន្តហោះមកកម្ពុជានោះ លំហូរទេសចរចូលតាមផ្លូវអាកាសពិតជាដល់កម្រិតកំណត់មិនកើនឡើង។ យើងមិនទាន់គិតដល់កត្តាថ្លៃខ្ពស់នៃសំបុត្រយន្តហោះឬបញ្ហាប្រឈមនានារួមមាន ការពិបាករកជើងយន្តហោះឲ្យត្រូវនឹងតម្រូវការទេសចរ។ ករណីនេះធ្លាប់បានកើតមានជាច្រើនចំពោះទេសចរ ដែលតម្រូវឲ្យកក់សំបុត្រយន្តហោះមកកម្ពុជា រយៈពេលយ៉ាងតិច៦ខែមុនដើម្បីបានជើងយន្តហោះនិងថ្លៃសំបុត្រសមស្រប។

(៣៨) ភាពមានកម្រិតនៃការហោះហើរនេះ បណ្តាលឲ្យកើតមានបញ្ហាតម្រូវការកើនខ្ពស់ជាងការផ្គត់ផ្គង់ ហើយជំរុញឲ្យថ្លៃនៃការធ្វើដំណើរតាមផ្លូវអាកាសកើនឡើង ដែលបង្កជាឧបសគ្គមួយទៀតកាត់បន្ថយលំហូរទេសចរ។ កត្តាថ្លៃនេះក៏ត្រូវបានចោទផងដែរអំពីការយកថ្លៃខ្ពស់នៃការចុះចត ឬពន្ធផ្សេងៗក្នុងព្រលានយន្តហោះ ឬការហោះហើរនៅក្នុងកម្ពុជាដែលត្រូវពិនិត្យពិចារណាឡើងវិញ។

(៣៩) ការដោះស្រាយបញ្ហាខាងលើ អាចពឹងផ្អែកលើការបង្កើនសមត្ថភាពនៃអាកាសចរណ៍ជាតិ ដើម្បីបង្កើនការហោះហើរទាំងក្នុងស្រុកនិងអន្តរជាតិ ពិសេសបង្កើនកម្លាំងប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជាក្នុងតំបន់។ ម្យ៉ាងទៀត សមាគមអាកាសចរណ៍កម្ពុជាត្រូវបង្កើតឡើង ដែលករណីនេះផ្អែកឯកជនជាអ្នករៀបចំពិសេស អាកាសចរណ៍ជាតិជាគោល និងការជួយជំរុញពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។

(៤០) ព្រលានយន្តហោះខេត្តព្រះសីហនុស្តាររួចហើយ និងមានដំណើរការហោះហើរជាប្រចាំតភ្ជាប់ខេត្តសៀមរាបនិងខេត្តព្រះសីហនុ ដោយក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ជាតិ។ តម្រូវការទេសចរណ៍មានតែការហោះហើរតភ្ជាប់នៅមានកម្រិត។ នេះជាបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់កម្ពុជា ព្រោះថា (១)ការចាប់អារម្មណ៍ចំពោះគម្រោងកសាងព្រលានយន្តហោះបន្ថែមក្នុងកម្ពុជាអាចថយចុះ (២)យុទ្ធសាស្ត្រតភ្ជាប់អង្គរឬតំបន់ផ្សេងៗជាមួយតំបន់ឆ្នេរមានកម្រិត។ (៣)គោលដៅទេសចរណ៍នៃប្រទេសជិតខាង នៅតែមានប្រៀបខ្លាំងជាង ដោយមានការតភ្ជាប់តំបន់ឆ្នេររបស់គេ ជាមួយអង្គរតាមផ្លូវអាកាសច្រើន។ អនាគតអាចមានការស្នើបន្ថែមផ្លូវហោះហើរ តភ្ជាប់អង្គរជាមួយតំបន់កោះនានា ដែលនៅមិនឆ្ងាយពីតំបន់ឆ្នេររបស់កម្ពុជា ដែលអាចបង្កជាបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរកម្ពុជាយ៉ាងពិតប្រាកដ។

(៤១) ច្រកទ្វារព្រំដែនអន្តរជាតិត្រូវបានអភិវឌ្ឍប្រសើរឡើង តែមួយចំនួននៅពុំទាន់រៀបចំបានសមស្រប ទាំងផ្នែកសម្បទា ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងសេវាបដិសណ្ឋារកិច្ច ដូចជា មិនទាន់មានអគារអ្នកដំណើរ កន្លែងធ្វើការសមរម្យរបស់សមត្ថកិច្ច មណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ ការខ្វះទឹកស្អាត និងការផ្គត់ផ្គង់អគ្គិសនី។ល។ ករណីខ្លះនៅមានបញ្ហាចោទឡើងអំពីការគ្មានសណ្តាប់ធ្នាប់ផ្នែកដឹកជញ្ជូន

ការចោទអំពីការយកថ្លៃទិដ្ឋាការលើសការកំណត់ ការបន្លំអំពីអត្រាប្តូរប្រាក់ដោយក្រុមជនខិលខូច។ល។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏បាតុភាពអសកម្មទាំងនេះ បានត្រូវកាត់បន្ថយច្រើនដោយការខិតខំប្រឹងប្រែងអនុវត្តពីសំណាក់សមត្ថកិច្ចគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ ពិសេសក្រោមយន្តការគណៈកម្មការអន្តរក្រសួង ហើយបញ្ហាខ្វះខាតសម្បទាទេសចរណ៍មួយចំនួន គឺដោយកត្តាសត្យានុម័ត ដោយសារតំបន់ថ្មីទាំងនោះទើបត្រូវបានអភិវឌ្ឍ។

(៤២) បញ្ហាសំខាន់មួយទៀតគឺ ការមិនទាន់រលូនទាំងស្រុងនៃការឆ្លងកាត់ព្រំដែននៃរថយន្តទេសចរណ៍លក្ខណៈឯកជន(គ្រួសារ) ដោយតម្រូវឲ្យមានបែបបទច្រើន ដូចជា ការតម្រូវឲ្យមាននិមុត្តិធានាជាប្រាក់នៅច្រកព្រំដែន ហើយបើចូលតាមច្រកណា ត្រូវត្រឡប់ទៅចេញតាមច្រកនោះវិញ ដែលផ្ទុយនឹងនិន្នាការរីកចម្រើននៃទេសចរណ៍ និងការសម្រួលការធ្វើដំណើរ។ ករណីនេះ យើងបានពិនិត្យ ពិភាក្សា និងរកដំណោះស្រាយជាបន្តបន្ទាប់ដោយរួមគ្នាពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។

៤- សុវត្ថិភាពទេសចរណ៍និងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន

(៤៣) ជារួម កម្ពុជាត្រូវបានទទួលស្គាល់ថា ជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយ សុខ សុវត្ថិភាពល្អនៅទូទាំងប្រទេស។ យ៉ាងណាក៏ដោយ ករណីអសកម្មមួយចំនួននៅមានកើតឡើង ដែលត្រូវបន្តខិតខំដោះស្រាយ ដូចជាសកម្មភាពលួច ឆក់ខ្លះ ការបាត់របស់ភ្ញៀវនៅក្នុងមូលដ្ឋានស្នាក់នៅ ឬករណីបោកបន្លំភ្ញៀវដោយបង្ខំឲ្យប្រើប្រាស់មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន ឬទិញទំនិញនានា ឬការយកកម្រៃជើងសាហួសហេតុ។

(៤៤) សុវត្ថិភាពចំណីអាហារក៏នៅចោទជាបញ្ហាប្រឈមផងដែរ ដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ដោះស្រាយ ដោយជំរុញលើកកម្ពស់អនាម័យ ម្ហូបអាហារ ការលក់ម្ហូបតាមទីសាធារណៈ។ ត្រូវពង្រឹងប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យ ស្តង់ដាម្ហូបអាហារ ដើម្បីបង្ការនិងទប់ស្កាត់ការរីករាលដាលនៃជំងឺឆ្លងផ្សេងៗដែលអាចចម្លងមកពីទេសចរផងដែរ។

(៤៥) ប្រព័ន្ធឬមធ្យោបាយសង្គ្រោះក្នុងករណីទេសចរជួបគ្រោះថ្នាក់នៅមានកម្រិត ពិសេសនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ឆ្ងាយៗក្នុងតំបន់ព្រៃឬដែនសមុទ្រ។ ទោះបីកម្ពុជា មិនដែលជួបបញ្ហាធ្ងន់ធ្ងរទាំងនេះក៏ដោយ តែយើងត្រូវត្រៀមលក្ខណសម្បត្តិគ្រប់យ៉ាងជាមុន ដើម្បីដោះស្រាយក្នុងករណីកើតមានបញ្ហា។

(៤៦) ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ គឺជៀសមិនផុតពីការកើនឡើងនូវទម្រង់នៃការជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមាននៃវិស័យទេសចរណ៍ ឬលើវិស័យទេសចរណ៍ដែលជាបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់កម្ពុជា។ ជ្រកក្រោមស្លាកទេសចរណ៍ សកម្មភាពអវិជ្ជមានមួយចំនួនអាចបង្កឲ្យមានអំពើពេស្យាចារ ការធ្វើអាជីវកម្មផ្លូវភេទ ការជួញដូរមនុស្ស (ពិសេសស្ត្រីនិងកុមារ) ចរាចរនិងប្រើប្រាស់គ្រឿងញៀន។ល។ ឬសកម្មភាពខុសច្បាប់ផ្សេងៗ ដែលទាំងនេះជាបញ្ហាប្រឈមត្រូវទប់ស្កាត់ឲ្យបានដើម្បីកុំឲ្យខូចកិត្តិនាមនៃគោលដៅទេសចរណ៍របស់កម្ពុជា។ យើងត្រូវបន្តរួបរួមគ្នាប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងសកម្មភាពអសកម្មទាំងនេះ ហើយជននល្មើសត្រូវផ្តន្ទាទោសតាមច្បាប់ជាធរមាន។

(៤៧) **កត្តាផ្ទុះផ្លាយសេដ្ឋកិច្ចជាបញ្ហាប្រឈមចម្បងមួយ ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច ដែលការផ្ទុះផ្លាយភាគច្រើនបណ្តាលមកពីការនាំចូលទំនិញ សម្ភារៈ និងកម្លាំងពលកម្មដើម្បីបម្រើឲ្យការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍។** ការត្រឡប់ចេញទៅវិញច្រើននៃរូបិយបណ្ណបរទេស(ចំណូលពីទេសចរណ៍) អាចជំរុញឲ្យការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាគ្មាននិរន្តរភាពព្រោះថា ពលរដ្ឋក្នុងស្រុកទទួលផលទេសចរណ៍តិចតួច។ **តាមការសិក្សាចំណូលពីទេសចរណ៍កម្ពុជាផ្លាយចេញទៅក្រៅវិញប្រមាណ២៥%នៃចំណូលសរុប។** ប៉ុន្តែនិន្នាការនេះអាចនឹងប្រែប្រួលប្រសើរឡើងវិញ បើយើងឈប់ពឹងផ្អែកលើការនាំចូលពីបរទេស ដូចជាបន្លែ ផ្កា ឬសាច់ ដែលយើងអាចផលិតបាន។

៥- ច្បាប់និងយន្តការគ្រប់គ្រង

(៤៨) ភាពមានកម្រិតនៃមូលដ្ឋានគតិយុត្ត ផែនការ និងការអនុវត្ត គឺជាផ្នែកដ៏សំខាន់អាចបណ្តាលឲ្យកើតមានបញ្ហាប្រឈមដែលមិនអាចគ្រប់គ្រងបាននៅថ្ងៃអនាគត។ បញ្ហាទាំងនេះរួមមាន ការប្រកួតប្រជែងក្នុងអាជីវកម្មទេសចរណ៍មិនយុត្តិធម៌ ភាពអនាធិបតេយ្យនៃប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍ ការដណ្តើមសិទ្ធិផ្តាច់មុខគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ ដោយរំលោភលើសហគមន៍មូលដ្ឋាន ការកាន់កាប់ដីឆ្នេរឬតំបន់ទេសចរណ៍ខុសច្បាប់ ការរត់ប្រណាំងទៅរកតម្រូវការទេសចរណ៍ហួសហេតុ។ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាទាំងអស់នេះ យើងត្រូវពង្រីកយន្តការគ្រប់គ្រងនិងប្រព័ន្ធច្បាប់បន្ថែមទៀត ក្រៅពីច្បាប់ទេសចរណ៍និងបទដ្ឋានគតិយុត្តជាធរមាន។

(៤៩) ហានិភ័យផ្សេងៗទៀតត្រូវបានមើលឃើញ និងទាមទារការដោះស្រាយរួមមាន៖

- ការធ្វើអាជីវកម្មរ៉ែមួយចំនួន ការបូមខ្សាច់ហួសកម្រិត អាចប៉ះពាល់ធ្ងន់ធ្ងរដល់បរិស្ថាន និងតំបន់ទេសចរណ៍។
- ការបំពុលបរិស្ថានដោយកាកសំណល់រឹងនិង/ឬរាវ ការខ្វះខាតប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងការគ្រប់គ្រងភាពមិនគ្រប់គ្រាន់នៃការផ្គត់ផ្គង់ទឹកស្អាត នាំឲ្យប៉ះពាល់តំបន់ទេសចរណ៍ និងការបូមទឹកហួសកម្រិតពីក្នុងដី។
- គម្រោងវិនិយោគខ្លះទទួលបានការអនុញ្ញាត តែមិនមានសកម្មភាពអភិវឌ្ឍ។
- ការប្រមូលផ្តុំទេសចរច្រើនពេកនៅកន្លែងតែមួយ ដោយគ្មានការរៀបចំបានត្រឹមត្រូវ អាចបណ្តាលឲ្យប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាន សង្គម សម្បត្តិវប្បធម៌ និងធនធានធម្មជាតិ។
- ការរត់តាមតម្រូវការទេសចរណ៍ខ្លាំងពេកនាំឲ្យប៉ះពាល់ដល់គោលដៅទេសចរណ៍ ផលិតផលទេសចរណ៍ និងការធ្លាក់ចុះគុណភាពទេសចរណ៍។
- ការគ្រប់គ្រងមិនបានល្អ ខ្វះធនធានមនុស្សបណ្តាលឲ្យការគ្រប់គ្រងសកម្មភាពទេសចរណ៍មិនបានល្អ។
- ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងស្រុកមិនបានទទួលផលប្រកបដោយសមធម៌ នាំឲ្យការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍គ្មាននិរន្តរភាព។
- ការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ គ្រោះធម្មជាតិ ជំងឺឆ្លង ភេរវកម្ម ក៏អាចជាកត្តាជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ទោះបីកម្ពុជា មិនធ្លាប់ជួបធ្ងន់ធ្ងរនូវករណីទាំងនេះ។

(៥០) ទាំងអស់នេះសុទ្ធសឹងជាបញ្ហាប្រឈមនិងហានិភ័យដែលទាមទារយន្តការស្ថាប័ន មូលដ្ឋានគតិយុត្ត ផែនការ និងការអនុវត្តប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវដើម្បីទប់ស្កាត់ លុបបំបាត់ និងដោះស្រាយ។ កម្ពុជាត្រូវគេចចេញឲ្យផុតពីបទពិសោធអវិជ្ជមាននៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ដែលធ្លាប់កើតឡើងនៅក្នុងតំបន់ ដោយត្រូវដកស្រង់បទពិសោធទាំងល្អនិងមិនល្អពីប្រទេសក្នុងតំបន់ដែលបានជួបប្រទះករណីទាំងនេះកន្លងមក។

VI. ទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រនិងយុទ្ធសាស្ត្រ

(៥១) ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍២០១២-២០២០ ត្រូវជំរុញអនុវត្តដោយផ្តោតទៅលើទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រអាទិភាព៦យ៉ាងជាសំខាន់រួមមានៈ

១- ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍

២- ការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍

៣- ការតភ្ជាប់និងសម្រួលការធ្វើដំណើរដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍

៤- ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់

៥- ប្រព័ន្ធច្បាប់និងយន្តការគ្រប់គ្រង

៦- ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស។

១- ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍

(៥២) ផលិតផលទេសចរណ៍ រួមមានទាំងផ្នែករឹងនិងផ្នែកទន់ដោយផ្តោតលើសម្បត្តិវប្បធម៌ និងធនធានធម្មជាតិ និងសក្តានុពលគាំទ្រនានា គឺជាមូលដ្ឋានដ៏សំខាន់សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ គោលបំណងចម្បងនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ គឺសំដៅពង្រឹងនិងពង្រីកផលិតផលទេសចរណ៍ ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់តាមតម្រូវការទីផ្សារសមស្រប ដោយទាក់ទាញការទស្សនាទាំងភ្ញៀវដែលធ្លាប់បានមកទស្សនាហើយ និងភ្ញៀវថ្មីៗបន្ថែមទៀត។ ការអភិវឌ្ឍផលិតផលត្រូវផ្តោតលើការធ្វើពិពិធកម្មនិងលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលដែលមានស្រាប់ និងបង្កើតផលិតផលថ្មីសមស្របតាមទីផ្សារ និងធានានិរន្តរភាពទេសចរណ៍ និងផលប្រយោជន៍ជូនប្រជាជាតិ។ គន្លឹះសំខាន់ដើម្បីសម្រេចគោលបំណងនេះគឺការអនុញ្ញាតឲ្យគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធផ្នែកឯកជន វិនិយោគិន ដៃគូអភិវឌ្ឍ ប្រជាពលរដ្ឋចូលរួមក្នុងការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ និងការការពារ រក្សាសមិទ្ធផលដែលសម្រេចបានឲ្យគង់វង្ស។ ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ត្រូវមានពីរកម្រិតជាសំខាន់គឺ កម្រិតតូចគួរលើកទឹកចិត្តផ្តល់ជូនសហគមន៍ប្រជាពលរដ្ឋ កម្រិតធំត្រូវសិក្សាការវិនិយោគដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាទំនើប និងមានការទទួលខុសត្រូវ។

(៥៣) រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញជាបន្តបន្ទាប់នូវគោលនយោបាយ និងសេចក្តីសម្រេចនានា ក្នុងនោះរួមមាន " គោលនយោបាយជាតិលើវិស័យទេសចរណ៍ " ដើម្បីជំរុញធានានិងបង្កបរិយាកាសនៃការចូលរួមរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងតម្រង់ទិសការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ ប្រសិទ្ធភាពនិងនិរន្តរភាព។

១.១. ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តាមតំបន់អាទិភាព

(៥៤) ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ត្រូវបានកំណត់តាមប្រភេទផលិតផល និងតាមតំបន់ ឬច្រករបៀងសំខាន់ៗ ដោយមានការសិក្សាវិភាគច្បាស់លាស់ទៅលើប្រភពធនធាន សក្តានុពល ភាពទាក់ទាញផ្នែកពាក់ព័ន្ធ និងផលប៉ះពាល់សេដ្ឋកិច្ច សង្គម។ តំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពត្រូវបាន កំណត់ដូចខាងក្រោម៖

- តំបន់ទេសចរណ៍វប្បធម៌សៀមរាបអង្គរ តភ្ជាប់ទៅតំបន់បឹងមាលា ប្រាសាទព្រះវិហារ និង ទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រអន្លង់វែង បឹងទន្លេសាប និងតំបន់ជុំវិញ។
- ភ្នំពេញ(និងតំបន់ជុំវិញ)ដែលជារាជធានីដ៏ល្បីល្បាញមួយនៅអាស៊ីអាគ្នេយ៍ និងជាមជ្ឈមណ្ឌល នយោបាយ វប្បធម៌ ពាណិជ្ជកម្ម ទេសចរណ៍ ពិសេសទីតាំងប្រសព្វនៃទន្លេមេគង្គបែកជាមុខបួន និងសក្តានុពលទេសចរណ៍។
- ច្រករបៀងទេសចរណ៍ភាគខាងត្បូង(តំបន់ឆ្នេរ) ជាតំបន់មានសក្តានុពលអេកូទេសចរណ៍ និង មានភាពទាក់ទាញខ្លាំង ពិសេសការតភ្ជាប់ជាមួយតំបន់អង្គរ ភ្នំពេញ ប្រទេសវៀតណាម និង ប្រទេសថៃ។ តំបន់នេះបញ្ចូលផងដែរនូវតំបន់ភ្នំក្រវាញដ៏មានឥទ្ធិពលនៃជីវៈចម្រុះ ដែលជា មូលដ្ឋានសម្រាប់អេកូទេសចរណ៍។
- ភូមិភាគឦសាន ជាតំបន់អេកូទេសចរណ៍ ដែលរំលេចដោយភាពទោល ពិសេសសត្វផ្សោត ទន្លេមេគង្គ ទេសភាពធម្មជាតិ និងវប្បធម៌ប្រពៃណីរបស់ជនជាតិដើមភាគតិច។
- តំបន់ជុំវិញបឹងទន្លេសាប ដែលមានសក្តានុពលអេកូទេសចរណ៍ភ្ជាប់ដោយវប្បធម៌ប្រពៃណីនៃ ការរស់នៅរបស់ប្រជាជន ពិសេសការងារកសិកម្ម ការនេសាទ និងសិប្បកម្មប្រពៃណី។
- តំបន់តាមដងទន្លេមេគង្គភ្ជាប់បឹងទន្លេសាប ទន្លេបាសាក់ ដែលមានសក្តានុពលអេកូទេសចរណ៍ និងវប្បធម៌ ពិសេសភាពទាក់ទាញនៃការទស្សនាតាមផ្លូវទឹក។

(៥៥) តំបន់ទាំងនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍ច្រើនប្រភេទចម្រុះគ្នារួមមាន វប្បធម៌ ធម្មជាតិ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ការកម្សាន្តតាមបែបផ្សងព្រេង សកម្មភាព និងផលិតផលថ្មីៗដែលបានបង្កើតឡើង ដែល ទាំងអស់នេះមានភាពទាក់ទាញយ៉ាងខ្លាំងសម្រាប់ទីផ្សារទេសចរណ៍ទាំងក្នុងស្រុកនិងអន្តរជាតិ។ ម្យ៉ាង ទៀត តំបន់ទាំងនេះ ភាគច្រើនមានប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធល្អប្រសើរ សន្តិសុខ សុវត្ថិភាពល្អ និងមាន ប្រជាជនរស់នៅជាច្រើនលាននាក់ដែលចាត់ទុកថា គឺជាប្រភពកម្លាំងពលកម្មផង និងការអភិវឌ្ឍដើម្បី ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រផង ស្របតាមគោលដៅអភិវឌ្ឍសហស្សវត្សកម្ពុជា និងការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ រាជរដ្ឋាភិបាល។

(៥៦) ដើម្បីបន្តការគាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ការផ្តល់ផលទេសចរណ៍ប្រកប ដោយសមធម៌ទៅកាន់តំបន់ទាំងនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលតែងយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ ជំរុញជាប្រចាំនូវការ អភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ពិសេសការធ្វើឲ្យប្រសើរឡើង ផ្លូវគមនាគមន៍តភ្ជាប់ទៅកាន់គោលដៅដែល មានភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍ ដើម្បីប្រែក្លាយឲ្យទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍។ លើកកម្ពស់ជាប្រចាំនូវ

គុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ សេវាទេសចរណ៍ តាមរយៈការដាក់ចេញ និងអនុវត្តប្រព័ន្ធស្តង់ដាទេសចរណ៍នានា និងចលនាប្រឡងប្រណាំង ដូចជា "ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ" ការអប់រំបណ្តុះបណ្តាល អភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សគ្រប់កម្រិតពីថ្នាក់ជាតិដល់រដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ ក្នុងនោះចលនា "ញញឹមទទួលបដិសណ្ឋារកិច្ចភ្ញៀវ" ត្រូវបានជ្រួតជ្រាបជាសកល។

(៥៧) ជាយុទ្ធសាស្ត្រ ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ មិនអាចកាត់ផ្តាច់ពីការសិក្សាទីផ្សារ និងសភាពការណ៍និន្នាការទេសចរណ៍តំបន់និងអន្តរជាតិបានទេ។ ការអភិវឌ្ឍផលិតផលត្រូវឲ្យស្របតាមនិន្នាការទីផ្សារ ប៉ុន្តែមិនត្រូវបត់ ឬរត់តាមតម្រូវការទីផ្សារទាំងស្រុងទេ ព្រោះថា តម្រូវការទីផ្សារខ្លះអាចប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់សេដ្ឋកិច្ច សង្គមកម្ពុជា។

(៥៨) រាជរដ្ឋាភិបាលយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ក្នុងការជំរុញធ្វើពិពិធកម្ម និងអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ដោយឈរលើប្រភពសម្បត្តិវប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិ ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវដូចមានចែងក្នុងគោលនយោបាយជាតិលើវិស័យទេសចរណ៍និងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។ ការប្រើប្រាស់ហួសកម្រិត និងគ្មានផែនការច្បាស់លាស់នាំឲ្យធនធានទាំងនោះបាត់បង់ ហើយការមិនខិតខំប្រើប្រាស់ឲ្យអស់លទ្ធភាពនាំឲ្យបាត់បង់ឱកាសនៃការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច សង្គម។ ដូច្នេះ រាជរដ្ឋាភិបាលប្រកាន់យកគោលការណ៍ " ការអភិវឌ្ឍនិងការអភិរក្សវប្បធម៌និងធម្មជាតិត្រូវដើរទន្ទឹមគ្នា " មានន័យថា " មិនយកការអភិរក្ស រារាំងការអភិវឌ្ឍ " ហើយ " មិនធ្វើការអភិវឌ្ឍបំផ្លាញសម្បត្តិវប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិ " ។

(៥៩) កម្ពុជាមានសក្តានុពលធំធេងណាស់សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ "វប្បធម៌និងធម្មជាតិ"។ បើគិតត្រឹមតែប្រាង្គប្រាសាទបុរាណ កម្ពុជាជាប្រទេសតែមួយគត់ក្នុងអាស៊ី ដែលមានប្រាង្គប្រាសាទបុរាណជាង១ ០០០ដែលមានអាយុកាលរាប់ពាន់ឆ្នាំ មិនទាន់គិតអំពីទីតាំង(ទីទួល) និងគ្រឹះប្រាសាទរាប់ពាន់កន្លែងផ្សេងទៀត ដែលសក្តិសមនឹងកិត្តិនាម " ព្រះរាជាណាចក្រនៃវប្បធម៌ "។ កេរដំណែលប្រវត្តិសាស្ត្រជាទីគោរពសក្ការៈទាំងនេះ ប្រមាណតែជិត១០%ប៉ុណ្ណោះ ដែលត្រូវបានប្រែក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍។ រីឯ៩០%ទៀតនៃតំបន់ប្រាសាទបុរាណជាច្រើននៅកប់បាត់ឆ្ងាយពីការអភិវឌ្ឍនៅឡើយ ហើយភាគច្រើននៃតំបន់ប្រាង្គប្រាសាទទាំងនេះមានប្រជាជនរស់នៅដែលភាគច្រើនជាអ្នកក្រីក្រ។ ដូច្នេះការអភិវឌ្ឍតំបន់ប្រាសាទទាំងនេះឲ្យទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍ គឺរួមចំណែកអភិរក្សប្រាសាទផង ការអនុញ្ញាតប្រជាជនចូលរួមអភិវឌ្ឍ អភិរក្ស និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រផងដែរ។

(៦០) រាជរដ្ឋាភិបាលបន្តយ៉ាងសកម្ម ការធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងផលិតផលទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់ និងកំពុងប្រើប្រាស់តាមរយៈការពង្រឹងគុណភាពដោយដាក់ចេញ និងអនុវត្តជាប្រចាំប្រព័ន្ធស្តង់ដាទេសចរណ៍នានា ដូចជាស្តង់ដាចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារ និងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ ស្តង់ដារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ ស្តង់ដាទីក្រុងស្អាត។ល។ បន្ថែមពីនេះ យើងកំពុងជំរុញបង្កើតនិងអនុវត្តស្តង់ដាផ្សេងៗទៀតរួមមាន ស្តង់ដាភោជនីយដ្ឋាន មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ សហគមន៍ទេសចរណ៍ ព្រមទាំងជំរុញយ៉ាងសកម្មនូវចលនាប្រឡងប្រណាំង ជាអាទិ៍

"ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ" "ទេសចរណ៍បៃតង" ការលើកសរសើរជូនរង្វាន់និងវិធានការនានាសមស្របដើម្បីពង្រឹងនិងធានាគុណភាពផលិតផលសេវាទេសចរណ៍។

(៦១) នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍និងតំបន់ជុំវិញ ត្រូវស្អាត មានអនាម័យ សោភណភាពពិសេសមានភាពបៃតង របៀបរៀបរយ សណ្តាប់ធ្នាប់ល្អជាប្រចាំ។ កន្លែងទស្សនាត្រូវរៀបចំជាខ្សែចង្វាក់ទស្សនាមានរបៀប បើចាំបាច់ត្រូវមានមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ អ្នកឧទ្ទេស ឬមធ្យោបាយនានាព្រមទាំងការប្រើប្រាស់ ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាទំនើបដើម្បីពន្យល់បកស្រាយឬផ្តល់ព័ត៌មានជូនភ្ញៀវនៅតាមទីកន្លែងនីមួយៗ។ សិក្សាច្បាស់លាស់អំពីតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍ ដើម្បីធានារក្សាស្ថិរភាពនិងនិរន្តរភាពនៃគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ ជៀសវាងបរិមាណភ្ញៀវច្រើនប្រមូលផ្តុំកន្លែងណាមួយហួសកម្រិត "កម្លាំងផ្ទុកលើសចំណុះ" បណ្តាលឲ្យកើតមានផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានច្រើននៅទីនោះ។

(៦២) ការបង្កើតផលិតផលថ្មី គឺជាកត្តាចាំបាច់ដើម្បីគាំទ្រផង និងដោះស្រាយផង ជាមួយនឹងផលិតផលដែលមានស្រាប់ ព្រមទាំងបំពេញយុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីការផ្តល់ជម្រើសឱកាសទស្សនារបស់ភ្ញៀវឲ្យបានច្រើន និងការពន្យារពេលស្នាក់នៅ ការចំណាយរបស់ភ្ញៀវដើម្បីជំរុញកំណើនការងារ និងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា។ ការពឹងផ្អែកតែភាពល្បីល្បាញនៃតំបន់អង្គរឬរាជធានីភ្នំពេញមួយមុខ គឺមិនគ្រប់គ្រាន់ឡើយ ដើម្បីឈានទៅសម្រេចចក្ខុវិស័យឆ្នាំ២០២០ក្នុងបរិមាណភ្ញៀវ៧លាននាក់។ តំបន់អង្គរដែលមានទេសចរប្រមាណជាង២លាននាក់ទស្សនាក្នុងមួយឆ្នាំៗ កាន់តែមានសម្ពាធខ្លាំងឡើងៗ ផ្នែកបរិស្ថាននិងបេតិកភណ្ឌ ហើយរយៈពេលស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវមិនយូរប៉ុន្មានឡើយ។

(៦៣)ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏អង្គរនៅតែជាប៉ូលទាក់ទាញឬមេដែកធក់ដែលមានកម្លាំងខ្លាំងមិនគ្រាន់តែសម្រាប់កម្ពុជាប៉ុណ្ណោះទេ គឺសម្រាប់តំបន់ទាំងមូលដែលបាននិងកំពុងទទួលផលប្រយោជន៍ពីសក្តានុពលអង្គរនេះ។

១.២. អង្គរនិងតំបន់ជុំវិញ

(៦៤) ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ គោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីៗ នៅជុំវិញអង្គរឬតភ្ជាប់ជាមួយអង្គរ គឺផ្តល់ផលប្រយោជន៍ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច សង្គមយូរអង្វែង និងជាការសម្រាលបន្ទុកកាន់តែធ្ងន់នៅតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ។ ជាក់ស្តែង ការអភិវឌ្ឍគោលដៅទេសចរណ៍ " ចុងឃ្នៀស " និងផ្នែកខ្លះនៃបឹងទន្លេសាប បច្ចុប្បន្នបានផ្តល់ផ្លែផ្កាយ៉ាងសំខាន់ដល់គ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធ រួមមានប្រជាជន ពិសេសសហគមន៍ទូក កាណូត ដឹកភ្ញៀវទេសចរកម្សាន្ត និងសេវាកម្មនានានៅទីនោះ។ តាមការសិក្សាប្រមាណជា៤០%នៃភ្ញៀវមកសៀមរាប អង្គរ បានទៅទស្សនាបឹងទន្លេសាប។ ក្រៅពីចុងឃ្នៀសក៏នៅមានតំបន់ជាច្រើននៅជុំវិញបឹងទន្លេសាបបាននិងកំពុងរៀបចំជាសហគមន៍ទេសចរណ៍ គោលដៅទេសចរណ៍ ដើម្បីទាក់ទាញការទស្សនារបស់ភ្ញៀវ ដូចជា នៅកំពង់ភ្លុក កំពង់ឃ្លាំង ព្រែកទាល់ មេជ្រៃ ជាដើម។

(៦៥) ការតភ្ជាប់អង្គរជាមួយតំបន់ផ្សេងៗត្រូវធ្វើឡើងទាំងប្រាំទិស(ដូចកំពូលប្រាសាទអង្គរវត្តជាតំណាង) ហើយត្រូវភ្ជាប់ដោយគ្រប់មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសមស្រប។

ទិសនៃការតភ្ជាប់សំខាន់ៗរួមមាន៖

- ភាគខាងត្បូង អង្គរភ្ជាប់ជាមួយបឹងទន្លេសាប និងតំបន់ជុំវិញរហូតដល់តំបន់សំខាន់ៗ នៃខេត្តបាត់ដំបង ខេត្តពោធិ៍សាត់ ខេត្តកំពង់ឆ្នាំង និងតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសជាមួយខេត្តព្រះសីហនុ និងតំបន់ឆ្នេរទាំងមូល។
- ភាគខាងជើង តភ្ជាប់តំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រអន្លង់វែង ជួរភ្នំដងរែក ពិសេសប្រាសាទព្រះវិហារ (បេតិកភណ្ឌពិភពលោក) ជាទីសក្ការៈដ៏មានឥទ្ធិពល ភូមិតេជោ ហើយបន្តភ្ជាប់ជាមួយប្រាសាទវត្តភូ តាមផ្លូវបុរាណកាត់ខេត្តព្រះវិហារ និងមួយផ្នែកតភ្ជាប់ជាមួយខេត្តស្ទឹងត្រែងនិងភូមិភាគឦសានទាំងមូល ដែលសម្បូរទៅដោយធនធានធម្មជាតិនិងវប្បធម៌រួមមានជនជាតិដើមភាគតិចតំបន់ភ្នំ។
- ឆ្ពោះមកទិសខាងកើតតាមផ្លូវជាតិលេខ៦ភ្ជាប់មកខេត្តកំពង់ធំ ដែលជាខេត្តភាគកណ្តាលដ៏ធំ និងមានសក្តានុពលទាំងវប្បធម៌និងធម្មជាតិ ក្នុងនោះប្រាសាទសំបូរព្រៃគុកជាអតីតរាជធានីនាមុនសម័យអង្គរ កំពុងទាក់ទាញទេសចរយ៉ាងខ្លាំង។ តាមទិសនេះ អង្គរក៏តភ្ជាប់ជាមួយខេត្តកំពង់ចាម ខេត្តកណ្តាល និងពិសេសរាជធានីភ្នំពេញដែលជាបេះដូងនៃកម្ពុជា។
- ភាគខាងលិចតំបន់អង្គរ ក៏មានសក្តានុពលខ្លាំងផងដែរ គឺនៅក្នុងខេត្តឧត្តមានជ័យនិងខេត្តបន្ទាយមានជ័យ ដែលមានសក្តានុពលសម្បត្តិធម្មជាតិនិងធនធានវប្បធម៌ ដូចជា អាងត្រពាំងថ្ម និងប្រាសាទបុរាណ ស្ពានបុរាណ ពិសេសនៅតាមផ្លូវជ័យវរ្ម័នទី៧ តភ្ជាប់អង្គរទៅកាន់ប្រាសាទបុរាណខ្មែរនៅក្នុងទឹកដីថៃបច្ចុប្បន្ន។
- អង្គរបាននិងកំពុងតភ្ជាប់យ៉ាងសកម្មជាមួយតំបន់ និងពិភពលោកតាមគ្រប់មធ្យោបាយ ផ្លូវទឹក ផ្លូវគោក និងផ្លូវអាកាស ក្រោមគោលនយោបាយ "បើកចំហជើងមេឃ" របស់រាជរដ្ឋាភិបាល។ ប្រទេសជាច្រើនក្នុងតំបន់កំពុងទទួលផលពីសក្តានុពល " ទោល " របស់អង្គរ ដោយភ្ជាប់អង្គរដោយត្រង់ជាមួយប្រទេសទាំងនោះ ក្នុងនោះមួយផ្នែកភ្ជាប់ជាមួយតំបន់ឆ្នេរដែលមានសក្តានុពលធម្មជាតិ ដូចជាការហោះហើរត្រង់ ភ្ជាប់អង្គរជាមួយកោះសាមុយ(ថៃ) សិង្ហបុរី និងតំបន់ឆ្នេររបស់វៀតណាម។ល។

(៦៦) រាជរដ្ឋាភិបាលយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ក្នុងការដាក់ចេញ និងបន្តអនុវត្តនូវគោលនយោបាយបើកចំហជើងមេឃ ផ្លូវអាកាស ផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក និងយុទ្ធសាស្ត្រ " អង្គរជាប៉ូលអាទិភាព " ដើម្បីជួយគាំទ្រការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ជាងនេះទៀត រាជរដ្ឋាភិបាលបន្តយ៉ាងសកម្ម ដោយសហការជាមួយដៃគូអភិវឌ្ឍ និងផ្នែកឯកជន និងការចូលរួមរបស់ប្រជាជនក្នុងការអភិវឌ្ឍគោលដៅទេសចរណ៍ ផលិតផលទេសចរណ៍នៅជុំវិញ ឬតភ្ជាប់ជាមួយអង្គរដើម្បីគោលដៅចម្បង គឺការប្រើប្រាស់ឲ្យអស់លទ្ធភាពនូវធនធានដែលមានប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ ដើម្បីអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ រួមចំណែកអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចសង្គម និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាជន។ គ្រប់ទីកន្លែងដែលមានសក្តានុពលទេសចរណ៍ទាំងវប្បធម៌និងធម្មជាតិ ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់រៀបចំប្រែក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ ផ្សព្វផ្សាយទាក់ទាញទេសចរទៅទស្សនា និងរៀបចំយន្តការគ្រប់គ្រងអភិវឌ្ឍនៅនឹងកន្លែង ក្នុងនោះការប្រមូលផ្តុំចងត្រងជា

សហគមន៍ទេសចរណ៍ដោយផ្តល់លទ្ធភាព សមត្ថភាព ចំណេះដឹង និងផលប្រយោជន៍ជូនប្រជាជនមូលដ្ឋានគឺជាអាទិភាព។

(៦៧) រាជរដ្ឋាភិបាលយកចិត្តទុកដាក់បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលជូនប្រជាជន ដោយជំរុញលើកទឹកចិត្ត បណ្តុះគំនិតផ្តួចផ្តើម បង្កើត ឬច្នៃប្រឌិត បង្កើតឲ្យចេញជាផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗឈរលើមូលដ្ឋានធនធានដែលមានស្រាប់ដូចជាៈ

- ផលិតនិងចលនាលក់វត្ថុសិប្បកម្ម ជាលក្ខណៈវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទេសចរណ៍ ដែលបង្ហាញនូវវប្បធម៌និងប្រពៃណីរស់នៅរបស់ប្រជាជនតាមតំបន់ផ្សេងៗគ្នា។
- ការបង្ហាញសិល្បៈ របាំ ចម្រៀងប្រពៃណី ម្ហូបអាហារ ផ្លែឈើ។ល។ ជូនទេសចរនៅតាមសហគមន៍នានា។
- ការបង្ហាញឬការអនុញ្ញាតឲ្យទេសចរចូលរួមសកម្មភាពសមស្រប អំពីជីវភាពរស់នៅពិតៗរបស់ប្រជាជនតាមសហគមន៍រួមមានៈ ការបង្កបង្កើនផល ការនេសាទត្រី ការប្រារព្ធពិធីបុណ្យទានជំនឿសាសនា។ល។ ដើម្បីឲ្យទេសចរបានស្គាល់និងរីករាយចូលរួម។ ករណីនេះផ្សារភ្ជាប់ជាមួយ " ទេសចរណ៍ជនបទ " ដែលកំពុងទទួលជោគជ័យនៅស្រុកបារាយខេត្តកំពង់ធំ។
- ទេសចរណ៍រួមវិភាគទានដល់ការអភិវឌ្ឍ ដូចជា ការលើកទឹកចិត្តឲ្យទេសចរចូលរួមដាំដើមឈើ "ទេសចរម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម" ឬ "ដើមឈើមួយដើម ផ្តើមចេញពីអ្នក" ជីកអណ្តូងទឹក សាងសង់ផ្ទះ សាលារៀន មន្ទីរព្យាបាល ឬការចូលរួមជួយផ្តល់អំណោយមនុស្សធម៌នានា។
- បំផុសចលនាប្រជាជនឲ្យផលិតផលិតផលនានា ដើម្បីលក់បម្រើឲ្យទីផ្សារទេសចរណ៍ ដូចជា បន្លែ ផ្លែឈើ ផ្កា ត្រី សាច់ គ្រឿងសង្ហារិម ដែលតម្រូវការនេះកើនឡើងជាប្រចាំតាមកំណើនទេសចរណ៍ ហើយបច្ចុប្បន្នមួយផ្នែកត្រូវបាននាំចូលពីបរទេស។ ការបង្កើនការផ្គត់ផ្គង់ក្នុងស្រុកគឺកាត់បន្ថយការនាំចូល និងទប់ស្កាត់ការផ្ទុះធ្លាយសេដ្ឋកិច្ច និងជំរុញសកម្មភាពសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម(SME)។

(៦៨) សកម្មភាពនិងលទ្ធផលខាងលើនេះ គឺសំខាន់ជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ផង និងការជួយកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រតាមរយៈទេសចរណ៍ផង ដែលនេះគឺជាគោលដៅចម្បងរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ដោយស្របតាមយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណដំណាក់កាលទី២ និងគោលដៅអភិវឌ្ឍសហស្សវត្សរបស់កម្ពុជា។

១.៣. ភ្នំពេញនិងតំបន់ជុំវិញ

(៦៩) រាជធានីភ្នំពេញ គឺជាបេះដូងនិងជាមជ្ឈមណ្ឌលនយោបាយ ពាណិជ្ជកម្ម វប្បធម៌ និងទេសចរណ៍នៃកម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ។ ភ្នំពេញជារាជធានីដ៏ចំណាស់មួយនៅអាស៊ី និងមានទីតាំងជាយុទ្ធសាស្ត្រនៅចំណុចប្រសព្វបួនមុខនៃទន្លេមេគង្គ។ រាជធានីភ្នំពេញដែលទទួលបានមេដៃពិភពលោកបានប្រែក្លាយពីទីក្រុង "សូន្យ" ខ្មោចខ្មាំងដោយសារសង្គ្រាមនិងរបបប្រល័យពូជសាសន៍ ទៅជារាជធានីកំពុងអភិវឌ្ឍលើគ្រប់វិស័យ។ ភ្នំពេញតភ្ជាប់ជាមួយពិភពលោកតាមគ្រប់មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន

ទេសចរណ៍ទាំងផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក និងផ្លូវអាកាស ក្នុងនោះព្រលានយន្តហោះអន្តរជាតិភ្នំពេញកំពុងបំពេញតួនាទីជាស្នូលយ៉ាងសកម្ម ដោយមានសមត្ថភាពទទួលអ្នកដំណើរបានជាងមួយលាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំៗ។

(៧០) រាជធានីភ្នំពេញ ជាមជ្ឈមណ្ឌលប្រមូលផ្តុំនូវរតនសម្បត្តិ បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ជាច្រើនដែលជាប្រភពធនធានដ៏សំខាន់សម្រាប់ការទាក់ទាញទេសចរ ដូចជាសារមន្ទីរជាតិ ព្រះបរមរាជវាំង ទីតាំងប្រវត្តិសាស្ត្រវត្តភ្នំ និងសំណង់ស្ថាបត្យកម្មសម័យអាណានិគម។ល។ ជាងនេះទៅទៀត រាជធានីភ្នំពេញសម័យតេជោ មានការអភិវឌ្ឍបានរំលេចនូវសំណង់អគារថ្មីខ្ពស់ៗ សណ្ឋាគារល្អប្រណីតលំដាប់អន្តរជាតិ និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ច្រើនប្រភេទ អមដោយភាពស្រស់ស្អាតនៃការតុបតែងលម្អនានា នាំឲ្យទីក្រុងនេះក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ជាទីពេញនិយម។ នៅជុំវិញរាជធានី ក៏មានសក្តានុពលទាក់ទាញទេសចរវប្បធម៌និងធម្មជាតិ ដោយភ្ជាប់ពីលក្ខណៈទេសចរណ៍ "ទីក្រុង" ទៅទេសចរណ៍ "ជនបទ" និងកសិ-ទេសចរណ៍ ពិសេសសម្រាប់អ្នករស់នៅក្នុងទីក្រុងនិងភ្ញៀវបរទេស។ គោលដៅទេសចរណ៍តំបន់ជុំវិញបាននិងកំពុងអភិវឌ្ឍរួមមាន ភ្នំព្រះរាជទ្រព្យ (ភ្នំឧត្តុង្គ) ភ្នំប្រសិទ្ធិ កោះដាច់ តំបន់ភាគខាងកើតរាជធានីភ្នំពេញ និងការតភ្ជាប់ជាមួយតំបន់ផ្សេងៗទៀតនៃខេត្តកណ្តាល ខេត្តកំពង់ស្ពឺ និងខេត្តតាកែវ ដូចជាទន្លេបាទី។ល។ តំបន់កប់ស្រូវគួរត្រូវរៀបចំអភិវឌ្ឍទៅជាតំបន់សម្រាកកម្សាន្ត ដែលនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញតែម្តង។

(៧១) រាជធានីភ្នំពេញកាន់តែមានកំណើនប្រជាជន និងមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនច្រើនឡើង ដែលរួមមានប្រជាជនប្រមាណ២លាននាក់ ទេសចរជាតិនិងអន្តរជាតិជាង២លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ និងមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនជាងមួយលានគ្រឿង។ កត្តានេះបង្កជាចលករ "រុញ" នៃចរន្តទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងកាន់តែខ្លាំងឡើងៗ។ ដោយសារនិន្នាការនេះ ការជំរុញការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍នៅក្នុងនិងតំបន់ជុំវិញរាជធានីភ្នំពេញ គឺជាការចាំបាច់និងបន្ទាន់ដើម្បីការផ្គត់ផ្គង់តម្រូវការទេសចរផង និងស្រូបយកផលទេសចរណ៍សម្រាប់ប្រជាជនផង។

(៧២) រាជធានីភ្នំពេញនិងតំបន់ជុំវិញនៅមានសក្តានុពលច្រើនសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ដើម្បីពន្យារការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវបានយូរ ដូចជា ការទស្សនាកម្សាន្តតាមនាវាតាមដងទន្លេមេគង្គ(ទន្លេសាប) ការទស្សនាសហគមន៍ប្រជាជននៅតាមដងទន្លេ ភូមិសិប្បកម្មតម្បាញ ចម្លាក់ប្រាក់ តំបន់កសិទេសចរណ៍ និងតំបន់បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ ការកម្សាន្តនៅពេលរាត្រីតាមដងទន្លេចតុមុខ ផ្សាររាត្រី ការរៀបចំតំបន់ទេសចរណ៍ពេលរាត្រីប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និងការទស្សនាមណ្ឌលពាណិជ្ជកម្ម និងផ្សារលក់ដូរ។ល។

(៧៣) រាជធានីភ្នំពេញ បច្ចុប្បន្នត្រូវបានពង្រីកវិសាលភាពយ៉ាងធំធេង ដែលសក្តិសមជារាជធានីសម័យតេជោដោយរួមមាន ទីក្រុងរណបលំដាប់ពិភពលោកជាច្រើនកំពុងត្រូវបានស្ថាបនាឡើង តភ្ជាប់ដោយប្រព័ន្ធសមស្រប។ ទីក្រុងរណបទាំងនេះក្លាយជាលំនៅឋានផង និងជាផលិតផលទេសចរណ៍សម្រាប់រាជធានីផង។ ក្រៅពីនេះ តំបន់ជាយរាជធានីភ្នំពេញ ដូចជាតំបន់កប់ស្រូវនិងតាមដងទន្លេមានសក្តានុពលទាក់ទាញបែបអេកូទេសចរណ៍ អាចរៀបចំជាតំបន់សម្រាកលំហែកម្សាន្ត សម្រាប់ទាំងភ្ញៀវនិងអ្នករស់នៅក្នុងរាជធានីដែលកាន់តែច្រើនឡើងៗ។ ម្យ៉ាងទៀត ផលិតផលផ្នែកសេវាកម្សាន្ត

ទេសចរណ៍ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ពង្រឹងនិងពង្រីកឲ្យបានកាន់តែប្រសើរ សមស្រប ដើម្បីលើកកម្ពស់រាជធានីភ្នំពេញឲ្យក្លាយជារាជធានីមានសកម្មភាពរស់រវើក ស្របតាមស្តង់ដាទីក្រុងស្អាត សំដៅទាក់ទាញទេសចរណ៍ផង និងបង្កើនការងារទេសចរណ៍ផង។

(៧៤) ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ភ្នំពេញត្រូវអភិវឌ្ឍស្របតាមប្លង់មេនៃការអភិវឌ្ឍទីក្រុងយ៉ាងពិតប្រាកដ ដោយប្រែក្លាយទៅជា "គជ់" មួយនៅអាស៊ី ទាំងភាពស្អាត ទាំងភាពបៃតង និងទាំងសណ្តាប់ធ្នាប់របៀបរៀបរយ។ ភ្នំពេញត្រៀមលក្ខណសម្បត្តិគ្រប់យ៉ាងដើម្បីធ្វើជាម្ចាស់ផ្ទះនៃកិច្ចប្រជុំវេទិកា និងសន្និសីទ កម្រិតអន្តរជាតិជាច្រើន ហើយនិងត្រៀមទទួលភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណបីលាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំៗ ចាប់ពី២០១៣ ដោយមិនទាន់គិតភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកជាច្រើនលាននាក់ចូលមករាជធានីជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ ភ្នំពេញ ទាមទារនូវប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្ត និងសម្បទាទេសចរណ៍ជាច្រើនទៀតដើម្បីស្រូបយកកំណើននេះ ពិសេសផ្លូវព្រលានយន្តហោះ ការផ្គត់ផ្គង់ទឹកស្អាត និងថាមពលអគ្គិសនី។ រាជធានីភ្នំពេញចាំបាច់ត្រូវមានព្រលានយន្តហោះខ្នាតធំកម្រិតអន្តរជាតិ ដើម្បីធ្វើជាស្នូលក្នុងការតភ្ជាប់ពិភពលោក។ ព្រលានយន្តហោះខ្នាតធំ ដែលមានសមត្ថភាពផ្ទុកប្រមាណ១០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ នឹងដើរតួនាទីជាគន្លឹះក្នុងការរំដោះកម្ពុជាចេញពីភាពជា "គោលដៅទេសចរណ៍រណប" ដូចដែលធ្លាប់បាន និងកំពុងជួបប្រទះកន្លងមកនិងពេលបច្ចុប្បន្នទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍ទី១សម្រាប់ពិភពលោក។ ដូច្នេះ ការរៀបចំផែនការសិក្សាអំពីព្រលានយន្តហោះនេះ ត្រូវចាប់ផ្តើមពីពេលនេះទៅ ហើយបើខកខាននោះ កម្ពុជានឹងបាត់បង់ឱកាសបន្តទៀត។

១.៤. ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរ

(៧៥) តំបន់ឆ្នេរដែលស្ថិតក្នុងច្រករបៀងទេសចរណ៍ភាគខាងត្បូង ជាតារារះនាទិសនិរតីរួមបញ្ចូលខេត្ត៤គឺ ខេត្តកែប ខេត្តកំពត ខេត្តព្រះសីហនុ និងខេត្តកោះកុង ដែលបាននិងកំពុងក្លាយជាប៉ូលដ៏សំខាន់សម្រាប់ស្រូបទាញទេសចរជាតិនិងអន្តរជាតិ។ ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជាត្រូវបានក្លាយជាសមាជិកនៃក្លឹបឆ្នេរសមុទ្រដ៏ស្អាតបំផុតលើសកលលោក ហើយកិត្តិនាមនេះកំពុងលើកតម្កើងកិត្យានុភាពឆ្នេរកម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិ។

(៧៦) តំបន់ឆ្នេរកម្ពុជាមានធនធានចម្រុះ សម្បូរ និងច្រើនប្រភេទសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ហើយធនធានទាំងនេះនៅថ្មី និងមានភាពទាក់ទាញយ៉ាងខ្លាំង។ តំបន់ឆ្នេរស្ថិតក្នុងក្របខ័ណ្ឌនៃកិច្ចសហប្រតិបត្តិការនៃច្រករបៀងសេដ្ឋកិច្ចភាគខាងត្បូង ដែលភ្ជាប់ប្រទេសវៀតណាម និងប្រទេសថៃ ដោយគមនាគមន៍ផ្លូវគោក(ផ្លូវលេខ៣៣ ផ្លូវលេខ៣ និងផ្លូវលេខ៤៨) និងផ្លូវទឹកយ៉ាងល្អប្រសើរក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន ហើយអនាគតនឹងមានការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ។ តំបន់នេះស្ថិតនៅមិនឆ្ងាយពីប៉ូលអង្គរដ៏ខ្លាំង ដែលមានទេសចរប្រមាណជាង២លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំនិងនៅជិតរាជធានីភ្នំពេញ ដែលមានទាំងទេសចរ ទាំងប្រជាជនដែលរស់នៅប្រមាណជិតបីលាននាក់ រួមទាំងធុរជននិងបុគ្គលិកបម្រើតាមស្ថាប័នអង្គការ អន្តរជាតិនានា។ តំបន់ឆ្នេរក៏ភ្ជាប់ជាមួយរាជធានីភ្នំពេញដោយបណ្តាញផ្លូវដែក ដែលនឹងក្លាយជាមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនទេសចរដ៏សំខាន់មួយក្នុងថ្ងៃអនាគត។

(៧៧) រាជរដ្ឋាភិបាលប្តេជ្ញាចិត្តបន្តជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវដើម្បីបង្កើត និងអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ផ្តល់ជម្រើសថ្មីៗជូនទេសចរ និងគាំទ្រការតភ្ជាប់តំបន់ឆ្នេរជាមួយទេសចរណ៍វប្បធម៌អង្គរ និងតំបន់នានាដើម្បីផ្តល់ផលប្រយោជន៍ទេសចរណ៍ប្រកបដោយសមធម៌នៅតំបន់ឆ្នេរផង និងទូទាំងប្រទេសផង។ តំបន់ឆ្នេរ ពិសេសខេត្តព្រះសីហានុ គឺជាក្បាលនាគ រីឯខ្លួននិងកន្ទុយ គឺរាជធានីភ្នំពេញនិងភូមិភាគឦសាន។

(៧៨) ការតភ្ជាប់ជាមួយប្រទេសវៀតណាមភាគខាងត្បូង គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រគន្លឹះសំខាន់មួយទៀតក្នុងការជំរុញគាំទ្រការលេចត្រដែតឡើងនៃតំបន់ឆ្នេរកម្ពុជា ពិសេសការភ្ជាប់ខេត្តកែប ខេត្តកំពត (មានភ្នំបូកគោដែលនឹងត្រូវក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ដ៏ល្បីល្បាញ) ជាមួយដែនដីសណ្តទន្លេមេគង្គនិងប្រជុំកោះនានាជាគោលដៅអាទិភាព។ ប្រទេសវៀតណាមបានកំណត់យុទ្ធសាស្ត្រ ដោយចាប់យកប្រជុំកោះភាគខាងត្បូងជាប៉ូលទេសចរណ៍ ដែលមានកម្លាំងស្រូបរហូតដល់ប្រមាណពីរលាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំៗចាប់ពីឆ្នាំ២០១៣។ តំបន់នេះត្រូវបានបើកទូលាយក្នុងការមកទស្សនា ដោយអនុវត្តគោលនយោបាយ "គ្មានទិដ្ឋាការ" និងបង្កើតតំបន់កម្សាន្តលំដាប់អន្តរជាតិធំៗ។ ពីតំបន់នេះមកឆ្នេរខេត្តកំពត មានរយៈពេលតែប្រមាណ៤៥នាទីប៉ុណ្ណោះ តាមនាវាទេសចរណ៍លឿន ហើយទំនាញនៃប៉ូលទាំងពីរ "បូកគោ" និង "តំបន់កោះ" និងផ្ទុះចេញជាចរន្តទេសចរណ៍តភ្ជាប់យ៉ាងខ្លាំងនៅពេលខាងមុខ។ បន្ថែមពីនេះដែនដីសណ្តទន្លេមេគង្គ រួមទាំងទីក្រុងហូជីមិញដែលមានប្រជាជនសរុបជាង៣០លាននាក់និងភ្ញៀវមកពីប្រភពនានាទស្សនាភាគខាងត្បូងប្រទេសវៀតណាម គឺជាប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍ដ៏ធំក្នុងតំបន់សម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ភាគនិរតីកម្ពុជា និងកម្ពុជាទាំងមូល។

(៧៩) កត្តាគន្លឹះនៃការអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរនេះ គឺហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ក្នុងនោះផ្លូវជាតិលេខ៣ លេខ៤ និងផ្លូវដែកតភ្ជាប់ជាមួយរាជធានីភ្នំពេញបាននិងកំពុងធ្វើឲ្យប្រសើរឡើង។ ការផ្គត់ផ្គង់ថាមពលនិងទឹកស្អាតនឹងមិនចោទជាបញ្ហាឡើយ ដោយសារដំណោះស្រាយដ៏ល្អនៃវារីអគ្គិសនី " ភ្នំកំចាយ " និងប្រភពថាមពលផ្សេងៗទៀតដែលត្រូវបង្កើតនិងផ្គត់ផ្គង់។ កំពង់ផែនិងព្រលានយន្តហោះខេត្តព្រះសីហានុមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់កម្រិតអន្តរជាតិនៅថ្ងៃអនាគត។ កត្តាចាំបាច់ដើម្បីបង្កើនល្បឿនអភិវឌ្ឍតំបន់នេះបន្ថែម គឺការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ អេកូទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍បែបកម្សាន្ត ផ្សារភ្ជាប់សក្តានុពលវប្បធម៌ធម្មជាតិ និងប្រវត្តិសាស្ត្រនៃតំបន់នេះ ពិសេសភ្នំបូកគោនឹងក្លាយជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ធម្មជាតិ ទេសចរណ៍កម្សាន្តកម្រិតពិភពលោកនៅទីនោះ ដែលភាពទាក់ទាញនៃទេសចរណ៍កម្សាន្តបាននិងកំពុងមានឥទ្ធិពលខ្លាំង ពិសេសក្នុងចំណោមទេសចរអាស៊ី ដែលមានចំណែកប្រមាណជាជាង៦០%នៃទេសចរសរុបមកកម្ពុជា។

(៨០) ខេត្តព្រះសីហានុ គឺជាស្នូលនៃតំបន់ឆ្នេរ ជាច្រកអន្តរជាតិ ជាមជ្ឈមណ្ឌលឧស្សាហកម្ម និងជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់អន្តរជាតិ កំពុងរះឡើងតាមរយៈនៃភាពស្អាតជាលក្ខណៈធម្មជាតិ និងការរៀបចំ ព្រមទាំងប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធកាន់តែប្រសើរឡើង ពិសេសផ្លូវគមនាគមន៍ ព្រលានយន្ត

ហោះ និងកំពង់ផែអន្តរជាតិដែលជាមូលដ្ឋានគ្រឹះក្នុងការតភ្ជាប់ខេត្តព្រះសីហនុនិងតំបន់ឆ្នេរទាំងមូល ជាមួយតំបន់នានាក្នុងនិងក្រៅប្រទេស។

(៨១) ខេត្តកោះកុង គឺជាគោលដៅអេកូទេសចរណ៍ខ្នាតពិភពលោក ដោយសារសក្តានុពលនៃទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ធនធានសមុទ្រ ព្រៃឈើ ព្រៃកោងកាង រួមនឹងការតភ្ជាប់ទៅនឹងអ័ក្សអេកូឡូស៊ីដ៏ធំនៅលើសកលលោក គឺតំបន់ព្រៃត្រូពិច ភ្នំក្រវាញដែលមានវិសាលភាពដ៏ធំធេង និងសំបូរទៅដោយពពួកសត្វកម្រ និងជាតំបន់ចុងក្រោយនៅតំបន់អាស៊ី ហើយបច្ចុប្បន្នតំបន់នេះត្រូវបានកត់បញ្ចូលទៅក្នុងតំបន់អេកូទេសចរណ៍ល្បីៗទាំង១០នៅក្នុងសកលលោក។ សក្តានុពលអេកូទេសចរណ៍តំបន់ភ្នំ ទេសភាពតាមដងស្ទឹង ការទស្សនាសត្វព្រៃ លាយឡំប្រវត្តិសាស្ត្រ ប្រពៃណី ជីវិតរស់នៅរបស់ប្រជាជន និងធនធានធម្មជាតិ សម្រស់ស្ទឹងធម្មជាតិ ឆ្នេរសមុទ្រ និងកោះនានាបាននិងកំពុងលើកកម្ពស់កិត្តិនាម ខេត្តកោះកុងជាខេត្តអេកូទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរភាគនិរតីនៃកម្ពុជា។ ម្យ៉ាងទៀតខេត្តកោះកុង គឺជាស្ពានតភ្ជាប់តំបន់ឆ្នេរ និងកម្ពុជាទាំងមូល ជាមួយភាគអាគ្នេយ៍ប្រទេសថៃដែលប្រមូលផ្តុំដោយប្រជាជនច្រើន និងមានទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណជា៩លាននាក់ទស្សនាក្នុងតំបន់នេះ ហើយក៏តភ្ជាប់ជាមួយទីក្រុងបាងកកដែលជាច្រកចេញចូលនៃទេសចរអន្តរជាតិ ប្រមាណជាង១០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំៗ ពិសេសព្រលានយន្តហោះអន្តរជាតិដែលជាស្នូលមួយតភ្ជាប់ជាមួយពិភពលោក។

(៨២) ភាពចាំបាច់នៃខេត្តកោះកុង គឺការស្តារនិងការអភិវឌ្ឍព្រលានយន្តហោះដែលមានស្រាប់ឡើងវិញ និងការអភិវឌ្ឍបន្ថែម ឆ្នេរសម្រាកលម្ហែកម្សាន្ត និងការទាក់ទាញការទស្សនាតាមនាវា តាមប្រជុំកោះ និងនៅតាមសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍នានា ពិសេសតំបន់ព្រៃកោងកាង។ ព្រលានយន្តហោះខេត្តកោះកុងនឹងក្លាយជាស្ពានតភ្ជាប់ខេត្តសៀមរាប រាជធានីភ្នំពេញ និងតំបន់ផ្សេងៗទៀត ឬអាចតភ្ជាប់ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិផងដែរក្នុងអនាគត។

(៨៣) ខេត្តកំពត ជាមជ្ឈមណ្ឌលកសិកម្ម និងកែច្នៃផលិតផលកសិកម្មដែលមានបច្ចេកវិទ្យាខ្ពស់ ជាមណ្ឌលពាណិជ្ជកម្ម និងសេដ្ឋកិច្ចក្នុងតំបន់ និងអន្តរជាតិ និងជាគោលដៅទេសចរណ៍វប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ និងធម្មជាតិល្អឯក ដោយសក្តានុពលនៃទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ធនធានសមុទ្រ បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ រមណីយដ្ឋានភ្នំបូកគោ ផ្ទៃដីកសិកម្ម និងលក្ខណៈពិសេសនៃផលដំណាំកសិកម្ម មានទុរេន ម្រេច ស្រែអំបិល និងផលនេសាទសមុទ្រ។

(៨៤) ខេត្តកែប ជាគោលដៅទេសចរណ៍ សម្រាកលម្ហែ សម្រាប់សុខភាព និងជាមជ្ឈមណ្ឌលទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរដែលស្រឡាញ់ធម្មជាតិ។ លក្ខណៈពិសេសទាំងនេះ បានធ្វើឲ្យខេត្តទាំងបួននេះត្រូវបានធ្វើសមាហរណកម្មទៅជាតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា ដោយអ័ក្សនៃតំបន់ឆ្នេរតភ្ជាប់ពីខេត្តកោះកុងមកខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តកំពត និងខេត្តកែប ជាមួយផ្លូវអាស៊ានហាយវេលេខ១២៣ និងភ្ជាប់មករាជធានីភ្នំពេញតាមរយៈអ័ក្សភ្នំពេញ ព្រះសីហនុ ជាមួយផ្លូវហាយវេលេខ១១។ ជាមួយគ្នានេះដែរ យើងក៏សង្កេតឃើញនូវការរីកចម្រើនលូតលាស់យ៉ាងឆាប់រហ័សខាងផ្នែកនគរូបនីយកម្ម និងសំណង់ ដូចជា សណ្ឋាគារ ផ្ទះសំណាក់ ភោជនីយដ្ឋាន មណ្ឌលកម្សាន្ត រមណីយដ្ឋានជាដើម ដែលបាន រួមចំណែកដល់ការលើក

កម្ពស់ជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋនៅតាមតំបន់ឆ្នេរ និងបានគាំទ្រដល់ការរីកលូតលាស់នៃអន្តរវិស័យដទៃទៀត។ ជារួម ការវិនិយោគឯកជនទាំងអស់នេះ កំពុងមានសន្ទុះរីកចម្រើនយ៉ាងខ្លាំងនៅខេត្តតំបន់ឆ្នេរនេះ។ ការវិនិយោគត្រូវបានអនុម័តចំនួន១១៧គម្រោង ស្មើនឹង១០ ៧០១លានដុល្លារ ស្មើនឹង៤១,៦%នៃគម្រោងវិនិយោគសរុបទូទាំងប្រទេស។

(៨៥) ជាយុទ្ធសាស្ត្រកំពង់ផែទេសចរណ៍ខ្នាតអន្តរជាតិមួយចាំបាច់ត្រូវកសាងឡើង នៅខេត្តកំពត ដើម្បីជាច្រកចូលបន្ថែមក្នុងតំបន់ ពិសេសភ្ជាប់តំបន់កោះនានា និងភាគខាងត្បូងវៀតណាមជាមួយ "បូកគោ" នៅពេលដែលតំបន់ទាំងនេះភ្ជាប់គ្នា។ ក្រៅពីនេះ ត្រូវលើកទឹកចិត្តជំរុញការវិនិយោគទេសចរណ៍កម្សាន្តតាមនាវាតាមប្រជុំកោះ និងតាមបណ្តោយឆ្នេរ ដោយរួមមានការកសាង រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ សកម្មភាពកីឡាទេសចរណ៍ (ពិសេសកីឡាកូនហ្គោល) និងប្រភេទទេសចរណ៍កម្សាន្តសមស្របផ្សេងៗទៀត។ តំបន់នេះក៏មានសក្តានុពលទាក់ទាញប្រភេទទេសចរណ៍សុខភាព ជាលក្ខណៈសម្រាក លម្ហែ កម្សាន្ត ស្ប៉ា សុខភាព ឬការរៀបចំមណ្ឌលទេសចរណ៍សម្រាប់ភ្ញៀវវ័យចំណាស់ស្នាក់នៅរយៈពេលមធ្យមនិងវែង ដោយភ្ជាប់ជាមួយប្រព័ន្ធថែរក្សាសុខភាព និងប្រភេទទេសចរណ៍ "ផ្ទះទី២"។ ទីផ្សារបែបនេះ កំពុងមាននិន្នាការកើនឡើងនៅអាស៊ី ដោយសារកត្តាអាកាសធាតុ និងលក្ខណៈធម្មជាតិផ្សេងទៀតល្អប្រសើរ សន្តិសុខ សុវត្ថិភាពល្អ និងការចំណាយមានកម្រិតសមរម្យ។

(៨៦) ទោះបីបច្ចុប្បន្ន ចំនួនទេសចរអន្តរជាតិទៅកាន់តំបន់ឆ្នេរមានប្រមាណជា១០%នៃភ្ញៀវសរុបមកកម្ពុជាក៏ដោយ ក៏ប៉ុន្តែនិន្នាការទេសចរណ៍បានបង្ហាញការស្ទុះឡើងឆាប់រហ័ស ស្របតាមការ រីកចម្រើននៃប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ។ តាមពិតទៅនៅក្នុងពិភពលោក តម្រូវការអេកូទេសចរណ៍មានសមាមាត្រប្រហាក់ប្រហែលនឹងតម្រូវការផ្នែកទេសចរណ៍វប្បធម៌ ពិសេសក្នុងសភាពការណ៍បច្ចុប្បន្ន ដែលមានចរន្តទប់ទល់ការកើនកំដៅជាសកល។ ចំពោះកម្ពុជា និន្នាការនេះនឹងមើលឃើញកាន់តែច្បាស់នៅពេលខាងមុខ។ តំបន់ឆ្នេរទទួលតម្រូវការទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកច្រើនជាងភ្ញៀវអន្តរជាតិដោយហេតុថាតម្រូវការសម្រាកលម្ហែកម្សាន្តនៃភ្ញៀវក្នុងស្រុកច្រើន ពិសេសពេលបុណ្យឬថ្ងៃឈប់សម្រាក ហើយការផ្សព្វផ្សាយនិងការតភ្ជាប់ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ នៅមានកម្រិតនៅឡើយសម្រាប់ភ្ញៀវបរទេស។ ថ្ងៃអនាគត និន្នាការនេះនឹងប្រែប្រួលនៅពេលដែលព្រលានយន្តហោះខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តកោះកុង និងរមណីយដ្ឋាន ភ្នំបូកគោបើកដំណើរការពេញលេញ ហើយឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជាដែលជាសមាជិកក្លឹបឆ្នេរដ៏ស្អាតបំផុតក្នុងពិភពលោកត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងទូលំទូលាយ។

(៨៧) យ៉ាងណាក៏ដោយតំបន់ឆ្នេររបស់កម្ពុជា ត្រូវអភិវឌ្ឍដោយប្រុងប្រយ័ត្ន ត្រូវមានផែនការច្បាស់លាស់ និងយន្តការអនុវត្តត្រឹមត្រូវ ជៀសវាងការប៉ះពាល់អវិជ្ជមាននានាកើតឡើងដូចប្រទេសមួយចំនួនដែលបាននិងកំពុងជួបប្រទះ។ សន្តិសុខ សុវត្ថិភាព និងផាសុកភាពត្រូវពង្រឹងនិងលើកកម្ពស់ ជាប្រចាំដើម្បីធ្វើឲ្យតំបន់ឆ្នេរក្លាយជាប៉ូលទេសចរណ៍លំដាប់អន្តរជាតិ ហើយសក្តិសមជាសមាជិកនៃក្លឹបឆ្នេរស្អាតបំផុតក្នុងលោក និងជាតារាកំពុងរះនាទិសនិរតី។

១.៥. ភូមិភាគឦសាន

(៨៨) ភូមិភាគឦសានភ្ជាប់គ្នាដោយខេត្ត៤គឺ ខេត្តក្រចេះ ស្ទឹងត្រែង រតនគិរី និងខេត្តមណ្ឌលគិរី។ តំបន់នេះមានសក្តានុពលទាក់ទាញផ្នែកអេកូទេសចរណ៍ ដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋាន "សម្បត្តិវប្បធម៌ និងធនធានធម្មជាតិ" ពិសេស វប្បធម៌ ប្រពៃណីរស់នៅរបស់បងប្អូនជនជាតិដើមភាគតិច និងភាពទោលនៃសត្វផ្សោតមេគង្គដ៏កម្រមានក្នុងលោក។ ក្រៅពីនេះភូមិភាគឦសានជាតំបន់សម្បូរជីវៈចម្រុះ តំបន់ការពារ ឧទ្យានជាតិ ដូចជា ឧទ្យានជាតិវីរជ័យ តំបន់រ៉ាមសារ ទេសភាព និងអាកាសធាតុល្អពិសេសនៅខេត្តមណ្ឌលគិរី និងភាពសម្បូរបែបនៃសត្វព្រៃ ដែលជាប្រភពទាក់ទាញទេសចរណ៍យ៉ាងសំខាន់ ដូចដែលបាននិងកំពុងអភិវឌ្ឍនៅទ្វីបអាហ្វ្រិក។

(៨៩) ឦសានត្រូវបានលើកកម្ពស់តាមរយៈនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ក្រោមគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលដើម្បី "កំណើនប្រសិទ្ធភាពការងារនិងសមធម៌" ពិសេសការផ្តោះទៅកាន់ទេសចរណ៍សហគមន៍ (ដើម្បីគោលដៅនៃការជួយប្រជាជនសហគមន៍ផង និងការថែរក្សាការពារសម្បត្តិវប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិផង)។

(៩០) រាជរដ្ឋាភិបាលយល់ច្បាស់ណាស់អំពីសារៈសំខាន់នៃទេសចរណ៍សហគមន៍ ដើម្បីការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ដោយមកដល់ពេលនេះឦសានមានសហគមន៍ទេសចរណ៍គំរូចំនួន៦ ត្រូវបានបង្កើតនិងដំណើរការ ដែលគ្រប់គ្រងដោយសហគមន៍ផ្ទាល់ និងដោយមានការជួយជ្រោមជ្រែងពីក្រសួងទេសចរណ៍។ ក្រៅពីនេះនៅមានសហគមន៍ជាច្រើន ជាលក្ខណៈសហគមន៍ព្រៃឈើ សហគមន៍នេសាទក៏បាននិងកំពុងបញ្ចូលសកម្មភាពទេសចរណ៍ដើម្បីចំណូលបន្ថែម។ ការអនុវត្តប្រកបដោយជោគជ័យក្នុងសហគមន៍ទេសចរណ៍ទាំងអស់នេះ បានប្រែក្លាយភូមិភាគឦសានពីតំបន់ឆ្ងាយដាច់ស្រយាល ទៅជាតំបន់មានការអភិវឌ្ឍ និងប្រែក្លាយធនធាននៅទីនោះទៅជាផលិតផលទេសចរណ៍។ ប្រជាជនសហគមន៍ដែលមានទម្លាប់កាប់ព្រៃ ឬបបាញ់សត្វ បានប្រែក្លាយទៅជាមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ឬជាអ្នកឧទ្ទេសនាំភ្ញៀវទស្សនាព្រៃ ឬសត្វជំនួសវិញ ហើយទទួលផលច្រើនជាងទម្លាប់ចាស់។ ករណីនេះបានឆ្លុះបញ្ចាំងយ៉ាងច្បាស់អំពីនិន្នាការ ផែនការយកទេសចរណ៍ជាឧបករណ៍ ក្នុងការរួមចំណែកកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងជំរុញលើកទឹកចិត្ត ការចូលរួមរបស់ប្រជាជនក្នុងការថែរក្សាការពារធនធានធម្មជាតិ។

(៩១) ឦសានជាប៉ូលអាទិភាពនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍សហគមន៍ ដោយបានផ្តល់មេរៀនល្អៗជាច្រើនដល់តំបន់ផ្សេងៗទូទាំងប្រទេស។ ជាងនេះទៀត ឦសានស្ថិតក្នុងក្របខ័ណ្ឌនៃកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ "ត្រីកោណអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា ឡាវ វៀតណាម" ដែលជាតំបន់អាទិភាពមួយក្នុងគម្រោងអភិវឌ្ឍរបស់រដ្ឋាភិបាលនៃប្រទេសទាំងបី។ តំបន់នេះត្រូវបានលើកទឹកចិត្ត ជំរុញការទស្សនារបស់ប្រជាជនទៅវិញទៅមកដោយសម្រួលយ៉ាងច្រើន ដូចជាការអនុញ្ញាតឲ្យប្រើប្រាស់ត្រឹមបណ្ណព្រំដែនក្នុងការឆ្លងកាត់និងទស្សនាក្នុងតំបន់។ ក្រៅពីនេះ គម្រោងវិនិយោគសាធារណៈជាច្រើនរួមមាន គម្រោងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធត្រូវបានដាក់ចេញ និងអនុវត្តក្នុងតំបន់ត្រីកោណនេះ ដែលរុញឲ្យឦសានកម្ពុជាកាន់តែត្រូវបានអភិវឌ្ឍ។ ថ្វីបើចំនួនភ្ញៀវទៅទស្សនាឦសាននៅមានកម្រិត តែអត្រាកំណើនខ្ពស់រហូតដល់ប្រមាណជាង

៣០%ក្នុងឆ្នាំ២០១១។ តម្រូវការក្នុងស្រុកកើនឡើងខ្លាំង ពិសេសក្រោយការស្ថាបនាផ្លូវជាតិលេខ៧ និងផ្លូវទៅកាន់ខេត្តមណ្ឌលគិរី ស្ពានឆ្លងទន្លេសេកុង (ខេត្តស្ទឹងត្រែង) ផ្លូវតភ្ជាប់ស្ទឹងត្រែង រតនគិរី និងមណ្ឌលគិរី។ កំណើននេះពេលខ្លះបង្កការលំបាក និងចោទជាបញ្ហាស្តីពីការខ្វះសេវាកម្មស្នាក់នៅក្នុងខេត្តភូមិភាគឦសាន។

(៩២) កត្តាអាទិភាពនៃការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍នៅភូមិភាគនេះ គឺការបន្តសកម្មឡើងនៃទេសចរណ៍សហគមន៍ អេកូទេសចរណ៍ ការរីករាយកម្សាន្តប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវជាមួយធម្មជាតិ និងការប្រើប្រាស់ប្រកបដោយមនសិការនូវសម្បត្តិវប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិ ដើម្បីការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍។ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធខ្នាតតូចតភ្ជាប់គោលដៅទាក់ទាញទេសចរណ៍ ត្រូវបន្តពង្រឹង និងពង្រីកដើម្បីតភ្ជាប់ទីជនបទទាំងនេះឲ្យទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍។ សម្បទាទេសចរណ៍នានា ក្នុងនោះសេវាកម្មស្នាក់នៅ ដូចជា សណ្ឋាគារ ផ្ទះសំណាក់ ផ្ទះស្នាក់របស់ប្រជាជនត្រូវរៀបចំ និងបង្កលក្ខណៈ ជូនប្រជាជនពិសេសអ្នករស់នៅក្នុងស្រុកដែលទទួលផលពីការរីកចម្រើននេះ។ ការវិនិយោគទ្រង់ទ្រាយធំ ត្រូវស្វាគមន៍ ប៉ុន្តែបើកម្រិតវិនិយោគមធ្យមឬតូចគួរត្រូវបានពិចារណាលៃទុកជូនប្រជាជនសហគមន៍មូលដ្ឋានគ្រប់គ្រង និងប្រតិបត្តិវិញ។ ករណីនេះ យើងមានមេរៀនមួយនៅតំបន់ទឹកជ្រោះប៊ូស្រាគឺ បរាជ័យនៃការវិនិយោគឯកជន ហើយត្រឡប់មកគ្រប់គ្រងដោយសហគមន៍ទេសចរណ៍វិញ។

(៩៣) ភូមិភាគឦសានមានប្រព័ន្ធផ្លូវតភ្ជាប់ល្អប្រសើរ ក្នុងនោះផ្លូវលេខ៧ លេខ៨ និងលេខ៧៦ និងមានតម្រូវការវិនិយោគផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបន្ថែម ដើម្បីឲ្យតំបន់នេះមានសមត្ថភាពពេញលេញក្នុងការទាក់ទាញទេសចរទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិ ពិសេសការប្រែក្លាយជាប៉ូល(មេដែកថ្មីមួយទៀត) មិនគ្រាន់តែកម្ពុជាប៉ុណ្ណោះទេគឺ តំបន់ត្រីកោណទាំងមូល។ ព្រលានយន្តហោះខ្នាតអន្តរជាតិកម្រិតមធ្យមមួយចាំបាច់ត្រូវស្ថាបនាឡើងនៅភូមិភាគឦសាន ពិសេសក្នុងខេត្តរតនគិរី ដើម្បីបម្រើទាំងការដឹកជញ្ជូនទេសចរ និងទាំងការដឹកទំនិញកសិកម្ម និងផលិតផលរ៉ែ។ ព្រលានយន្តហោះនេះនឹងដើរតួនាទីជាស្នូលនៃតំបន់ត្រីកោណ ព្រោះថាខេត្តតំបន់នោះជាច្រើន ទាំងកម្ពុជា ឡាវ និងវៀតណាម ពុំទាន់មានព្រលានយន្តហោះជាលក្ខណៈអន្តរជាតិនៅឡើយ។

(៩៤) វាលយន្តហោះ(លក្ខណៈក្នុងស្រុក) គួរត្រូវពិចារណាសិក្សាក្នុងការស្តារឡើងវិញនៅលើទីតាំងដែលមានស្រាប់ ឬទីតាំងថ្មីនៅខេត្តក្រចេះ ខេត្តស្ទឹងត្រែង ឬខេត្តមណ្ឌលគិរី ក្នុងនោះខេត្តក្រចេះមានអាទិភាពជាង ដោយសារភាពទាក់ទាញនៃសត្វផ្សោត និងការឃ្លាតឆ្ងាយពីខេត្តរតនគិរី ធៀបនឹងខេត្តពីរទៀត។ វាលយន្តហោះនេះនឹងប្រើជាលក្ខណៈក្នុងស្រុកតភ្ជាប់ជាមួយរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប ខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តកោះកុង ខេត្តបាត់ដំបង ឬវាលយន្តហោះខេត្តព្រះវិហារក្នុងថ្ងៃអនាគត។

១.៦. តំបន់ជុំវិញបឹងទន្លេសាប

(៩៥) បឹងទន្លេសាបមិនគ្រាន់តែជាជង្រុកត្រីដ៏សម្បូរបែបប៉ុណ្ណោះទេ តែថែមទាំងជាតំបន់ដែលផ្តល់នូវផលិតផលទេសចរណ៍ច្រើនយ៉ាងទាំង " វប្បធម៌និងធម្មជាតិ " ពិសេសការតភ្ជាប់ជាមួយតំបន់

ទេសចរណ៍អង្គរ និងភាពសម្បូរនៃជីវៈចម្រុះនៅក្នុងជីវមណ្ឌលនៃបឹងទន្លេសាប។ ទេសចរណ៍ និងជីវៈចម្រុះផ្សារភ្ជាប់គ្នា និងគាំទ្រគ្នាទៅវិញទៅមក មានន័យថា ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ គឺរួមចំណែកដល់ការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹង ការស្រឡាញ់និងការការពារ ថែរក្សាជីវៈចម្រុះ និងប្រភពធនធានធម្មជាតិនិងវប្បធម៌។

(៩៦) ទិវាទេសចរណ៍ពិភពលោកលើកទី៣១នៃឆ្នាំ២០១០ ក៏បានរំលេចអំពីចំណងទាក់ទងរវាងទេសចរណ៍ និងជីវៈចម្រុះដូចមានចែងនៅក្នុងសារលិខិតអបអរសាទរទិវានេះរបស់ សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

(៩៧) តំបន់បឹងទន្លេសាបភ្ជាប់ដោយខេត្តនៅជុំវិញ ដែលមានសក្តានុពលទេសចរណ៍។ ក្រៅពីតំបន់អង្គរដ៏ល្បីល្បាញ តំបន់នេះ គឺជាតំបន់អេកូទេសចរណ៍ដ៏ធំបំផុត និងជាតំបន់ដែលមានលទ្ធភាពក្នុងការអភិវឌ្ឍយ៉ាងឆាប់រហ័ស ឲ្យទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់អន្តរជាតិ។ លទ្ធភាពចម្បង៥ដែលតំបន់នេះមាននោះគឺ (១) ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតភ្ជាប់ល្អប្រសើរទាំងផ្លូវទឹក ផ្លូវគោក និងផ្លូវអាកាសពិសេសផ្លូវជាតិលេខ៥និងលេខ៦ ភ្ជាប់រាជធានីភ្នំពេញទៅព្រំដែនប្រទេសថៃ។ (២) ការធ្វើនាវាចរណ៍និងការទស្សនាកម្សាន្តតាមផ្លូវទឹក ទស្សនាតាមភូមិអ្នកនេសាទ ភូមិបណ្តែតទឹក ព្រៃលិចទឹក តំបន់ជម្រកសត្វតំបន់នេសាទ។ល។ ការអភិវឌ្ឍជាប្រភេទនាវាទេសចរណ៍កម្រិតអន្តរជាតិ សម្រាប់ការលំហែកម្សាន្តនៅលើផ្ទៃបឹងទន្លេសាប ដែលមានទេសភាពដ៏ស្រស់ស្អាតនឹងផ្តល់ជម្រើសថ្មីដល់ទេសចរបន្ថែមទៀត។ (៣) ការរៀបចំសហគមន៍ទេសចរណ៍ថ្មី ឬបញ្ចូលសកម្មភាពទេសចរណ៍ទៅក្នុងសហគមន៍នានា ដែលមានស្រាប់ ដើម្បីបង្កើតផលិតផលផង និងជួយផ្តល់ប្រយោជន៍ជូនប្រជាជនសហគមន៍ផង ដែលផលទេសចរណ៍នេះ នឹងជួយបន្ថែមលើចំណូលដែលប្រជាជនធ្លាប់មាន។ (៤) ក្រៅពីខេត្តសៀមរាប ដែលបាននិងកំពុងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍យ៉ាងសកម្ម ខេត្តផ្សេងៗទៀតមានសក្តានុពលច្រើន តែការអភិវឌ្ឍនៅមានកម្រិតនៅឡើយ ដែលទាមទារការជំរុញអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ឬមេដែកឆក់ "រណប" របស់តំបន់អង្គរ ក្នុងនោះរួមមានខេត្តទាំងឡាយនៅតាមដងផ្លូវជាតិលេខ៥ ដែលជាផ្នែកដ៏សំខាន់មួយនៃផ្លូវ "អាស៊ាន" តភ្ជាប់រាជធានីភ្នំពេញ បាងកក និងក្រុងហូជីមិញ។ ខេត្តបាត់ដំបងជាមេដែកមួយនៃតំបន់នេះ ដែលមានសក្តានុពលទាក់ទាញទេសចរណ៍ខ្លាំងណាស់ ដូចជា ប្រាង្គប្រាសាទបុរាណនៅឯកភ្នំ ស្រុកបាណន ផ្ទះខ្មែរបុរាណ អគារស្ថាបត្យកម្ម ប្រវត្តិសាស្ត្រ តំបន់ទេសភាពធម្មជាតិ និងការរៀបចំ ដូចជានៅបឹងកំពីងពួយ រមណីយដ្ឋានជ្រលងបព្វតា ព្រែកទ័ល។ល។ ខេត្តបាត់ដំបង គឺជាស្នូលនៃតំបន់ក្នុងការតភ្ជាប់ទៅខេត្តផ្សេងៗ ក្នុងនោះមានខេត្តប៉ៃលិន និងខេត្តបន្ទាយមានជ័យ ដែលជាខេត្តជាប់ព្រំដែនដ៏សំខាន់។

(៩៨) ខេត្តពោធិ៍សាត់ និងខេត្តកំពង់ឆ្នាំង បច្ចុប្បន្នគ្រាន់តែជាខេត្តឆ្លងកាត់របស់ទេសចរ រវាងរាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្តបាត់ដំបងប៉ុណ្ណោះ មិនទាន់មានការអភិវឌ្ឍពេញលេញនៅឡើយ។ ការពិតខេត្តទាំងនេះ មានធនធានច្រើនដែលមិនទាន់កែច្នៃឲ្យទៅជាផលិតផលទេសចរណ៍ ក្នុងនោះរួមមានតំបន់កេរដំណែលប្រវត្តិសាស្ត្រ វប្បធម៌ ប្រពៃណីរបស់ប្រជាជន ដូចជាការផលិតក្អម ឆ្នាំង សិប្បកម្មកែច្នៃ

វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ធ្វើអំពីថ្ម ឬវត្ថុធាតុផ្សេងៗ ព្រៃលិចទឹក តំបន់នេសាទ និងសហគមន៍ ប្រជាជននៅតាមដងទន្លេ និងបឹងទន្លេសាប និងតំបន់ទេសភាពធម្មជាតិជាច្រើនទៀត ពិសេសតំបន់ភ្នំក្រវាញ ក្នុងនោះវារីអគ្គិសនីអាតៃនៅខេត្តពោធិ៍សាត់ នឹងក្លាយជាតំបន់អេកូទេសចរណ៍ដ៏មានភាពទាក់ទាញ។ តំបន់ជុំវិញបឹងទន្លេសាប គឺជាជង្រុកនៃផលិតផលក្នុងស្រុក ដូចជា អង្ករ បន្លែ ត្រី សាច់ ផ្លែឈើ។ល។ ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍ជំនួសការនាំចូលពីបរទេស។ ភាពល្បី និងពេញនិយមនៃអង្ករឆ្ងាញ់(មិនប្រើជីគីមី) នៃខេត្តបាត់ដំបង ក្រូចពោធិ៍សាត់ និងត្រីស្រស់ៗមកពីបឹងទន្លេសាប និងផលិតផលផ្សេងៗជាច្រើនទៀត បាននិងកំពុងស្រូបទាញទេសចររាប់លាននាក់មកកាន់តំបន់នេះ ពិសេសទេសចរក្នុងស្រុករួមទាំងជនបរទេសបម្រើការងារនៅកម្ពុជា។

(៩៩) យ៉ាងណាក៏ដោយ ដើម្បីឈានទៅសម្រេចចក្ខុវិស័យឆ្នាំ២០២០ និងទៅមុខទៀត តំបន់ជុំវិញបឹងទន្លេសាប ត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់ជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធរួមទាំងប្រជាជន។ ការអភិវឌ្ឍត្រូវមានផែនការច្បាស់លាស់ និងអនុវត្តត្រឹមត្រូវជៀសវាងបច្ច័យអវិជ្ជមាននាថ្ងៃអនាគត។ ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ ពិសេស UNESCO និងដោយមានការគាំទ្រពីប្រទេសអូស្ត្រាលី បាននិងកំពុងរៀបចំសិក្សាដើម្បីឈានទៅកសាងផែនការមេ ផែនការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ប្រកបដោយនិរន្តរភាពជុំវិញបឹងទន្លេសាប។

(១០០) ជាយុទ្ធសាស្ត្រតំបន់នេះ ត្រូវបន្ថែមហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធចាំបាច់មួយចំនួនទៀត ដើម្បីត្រៀមលក្ខណៈស្រូបយក និងទទួលតម្រូវការទេសចរណ៍ដ៏ខ្លាំងនាពេលដ៏ខ្លីខាងមុខ។ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្ររួមមាន (១) កំពង់ផែទេសចរណ៍នៅខេត្តបាត់ដំបង ពោធិ៍សាត់ និងកំពង់ឆ្នាំង (២)ស្ថានីយចំណតទេសចរណ៍តាមដងផ្លូវជាតិលេខ៥និងលេខ៦ បន្ថែមលើគម្រោងដែលកំពុងសាងសង់នៅខេត្តពោធិ៍សាត់។ ជំហានដំបូងមានការអភិវឌ្ឍស្ថានីយចំណតតាមដងផ្លូវដែលមានស្រាប់ របស់ប្រជាជនឲ្យបានប្រសើរឡើងទាំងសោភណភាព គុណភាព និងអនាម័យដើម្បីទទួលទេសចរ។ (៣) ស្តារព្រលានយន្តហោះខេត្តបាត់ដំបងឡើងវិញ និងឈានទៅដំណើរការជាលក្ខណៈក្នុងស្រុក ដោយភ្ជាប់ការហោះហើរជាមួយរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តសៀមរាប ខេត្តព្រះវិហារ និងភូមិភាគឦសាន។ (៤) ការរៀបចំធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងផ្នែកបរិស្ថានទេសចរណ៍នៅតាមទីក្រុង និងទីប្រជុំជនក្នុងតំបន់ ពិសេសការរៀបចំប្រព័ន្ធសម្អាតកាកសំណល់រឹងនិងរាវ ក្នុងនោះប្រព័ន្ធសម្អាតទឹកប្រើប្រាស់រួចនៅទីក្រុងបាត់ដំបងគួរត្រូវផ្តល់អាទិភាព។

១.៧. តំបន់តាមដងទន្លេមេគង្គ និងទន្លេបាសាក់

(១០១) តំបន់នេះភ្ជាប់ភូមិភាគឦសាន គ្រង់ខេត្តក្រចេះ មកដល់ព្រំដែនជាមួយប្រទេសវៀតណាមនៃទឹកដីខេត្តស្វាយរៀង និងខេត្តតាកែវ។ តំបន់នេះមានកម្រិតដង់ស៊ីតេប្រជាជនខ្ពស់ជីវភាពរស់នៅល្អប្រសើរនិងមានប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរីកចម្រើន។ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ក៏បាននិងកំពុងបោះជំហានទៅមុខយ៉ាងសកម្ម ដោយសារតំបន់នេះនៅជាប់ជាមួយរាជធានីភ្នំពេញដែលជាប៉ូលដ៏សំខាន់។ ដូចតំបន់

ឯទៀតដែរ តំបន់មេគង្គនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍ "វប្បធម៌និងធម្មជាតិ" ជាច្រើនដែលមិនទាន់ត្រូវបានអភិវឌ្ឍដើម្បីស្រូបយកផលពីទេសចរណ៍ឲ្យបានពេញលេញនៅឡើយ ដូចជា ប្រាសាទបុរាណ និងតំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រនៅខេត្តកំពង់ចាមរួមមាន ប្រាសាទវត្តនគរ ភ្នំហាន់ជ័យ ភ្នំប្រុស ភ្នំស្រី តំបន់ហ្លួងព្រះស្តេចកន។ល។ ខេត្តតាកែវនៅអង្គរបុរី អតីតរាជធានីទី១នៃអាណាចក្រខ្មែរ ភ្នំជីសូរ ទន្លេបាទី ភ្នំបាយ៉ង់កោនៃស្រុកគីរីវង្សដែលមានប្រវត្តិដ៏យូរលង់ និងភាពទាក់ទាញផ្នែកអេកូទេសចរណ៍ផងដែរ។

(១០២) ក្រៅពីនេះតំបន់នៅមានភាពទាក់ទាញពីវប្បធម៌ប្រពៃណី ប្រវត្តិសាស្ត្រនៃប្រជាជនដែលភាគច្រើនជាកសិករ និងសហគមន៍ប្រជាជនរស់នៅតាមដងទន្លេ ខេត្តកំពង់ចាម ខេត្តកណ្តាល ខេត្តព្រៃវែង ខេត្តស្វាយរៀង និងខេត្តតាកែវ ដែលតំបន់នេះអាចផ្តល់ជូនទេសចរនូវផលិតផលកសិទេសចរណ៍ និងវប្បធម៌នៃការរស់នៅរបស់ប្រជាជន និងតំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រជាច្រើន។

២- ការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍

(១០៣) ផ្នែកនេះ គឺជាគ្រឹះដ៏សំខាន់សម្រាប់ជំរុញកំណើនទេសចរណ៍ ពិសេសការទាក់ទាញភ្ញៀវអន្តរជាតិ និងការលើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាពការប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជានៅក្នុងតំបន់ និងអន្តរជាតិ។ ទោះបីជាការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជានៅមានកម្រិត ប៉ុន្តែយន្តការនិងសកម្មភាពជាច្រើនដែលរួមគ្នាដោយរដ្ឋនិងឯកជន បានជំរុញលើកកម្ពស់កិត្យានុភាពកម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិក្នុងនោះយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ " កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ " បានទទួលការចូលរួមគាំទ្រជ្រួតជ្រាបជាសកល។

(១០៤) ការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាមានការពាក់ព័ន្ធទៅនឹងកត្តាទាំងខាងក្នុង និងទាំងខាងក្រៅដោយជាប់ទាក់ទងកត្តា៤យ៉ាងសំខាន់គឺ (១) ផលិតផលទេសចរណ៍ (២) ថ្លៃលក់ផលិតផល (៣) ទីផ្សារ និង(៤) ការផ្សព្វផ្សាយ ។ កត្តាទាំងនេះជាមូលដ្ឋានជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ពិសេសការឈានទៅសម្រេចចក្ខុវិស័យនៃការប្រែក្លាយកម្ពុជា ជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោក និងសម្រេចបានគោលដៅនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនិងនិរន្តរភាព។

(១០៥) ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ បានបង្ហាញរួចហើយក្នុងផ្នែកខាងដើម។ កត្តាថ្លៃលក់ផលិតផលទេសចរណ៍ ក៏ជាគំនាស់មួយមានឥទ្ធិពលក្នុងការជំរុញកំណើនទេសចរណ៍ និងការទាក់ទាញទេសចរទស្សនាច្រើនដង។ ជារួម ផលិតផលទេសចរណ៍កម្ពុជាត្រូវបានទទួលស្គាល់ថា នៅថ្មី និងមានច្រើនប្រភេទ ហើយការចំណាយក្នុងការទស្សនារបស់ភ្ញៀវនៅមានកម្រិតសមរម្យ បើធៀបទៅនឹងគោលដៅទេសចរណ៍នានាក្នុងតំបន់។ កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចកម្ពុជា(មិនគិតថ្លៃយន្តហោះអន្តរជាតិ) គឺទាបជាងប្រទេសជិតខាងប្រមាណ១០% ក្នុងនោះសេវាកម្មស្នាក់នៅត្រូវបានវាយតម្លៃថាមានកម្រិតសមរម្យនិងគុណភាពប្រសើរ។ ម្ហូបអាហារថ្លៃប្រហាក់ប្រហែលប្រទេសជិតខាង លើកលែងតែប្រភេទអាហារឬភេសជ្ជៈខ្លះដែលនាំចូលពីបរទេស។ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូនច្រើនប្រភេទថ្លៃសមរម្យ លើកលែងតែការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាសលក្ខណៈក្នុងស្រុកត្រូវបានចោទថា ថ្លៃខ្ពស់បង្គួរ និងសេវាបម្រើចាំបាច់ទាមទារជំរុញលើកកម្ពស់បន្ថែម។

(១០៦) យ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចកម្ពុជាភាគច្រើនបានផ្សារភ្ជាប់ជាមួយគោលដៅទេសចរណ៍ប្រទេសជិតខាង ដែលមានការតភ្ជាប់ការហោះហើរត្រង់ លក្ខណៈផ្លូវឆ្ងាយ ដូចជាប្រទេសវៀតណាម ប្រទេសថៃ និងប្រទេសសិង្ហបុរី។ល។ ដូច្នេះករណីនេះ អាចមានថ្លៃខ្ពស់ដោយសារថ្លៃសំបុត្រយន្តហោះលក្ខណៈអន្តរជាតិ និងជួបការលំបាកខ្លះៗ ក្នុងការរកសំបុត្រយន្តហោះតាមផ្លូវហោះហើរមួយចំនួនមកកាន់កម្ពុជា ពិសេសនៅរដូវភ្ញៀវច្រើន។ ករណីនេះអាចជាឧបសគ្គរាំងដល់លំហូរទេសចរ និងកំណើនទេសចរណ៍ ព្រោះថា ចំណែកទីផ្សារទេសចរណ៍មកកម្ពុជាតាមផ្លូវអាកាសមានប្រមាណជាង៥០% នៃភ្ញៀវសរុប។

(១០៧) កត្តាថ្លៃនៅមានបញ្ហាប្រឈមសំខាន់មួយទៀត គឺការឡើងថ្លៃតាមរដូវកាលឬនៅពេលបុណ្យទាននានាដែលមានតម្រូវការទេសចរណ៍ច្រើន។ ទោះជាការកើនឡើងនេះជាក្រឹត្យក្រមតម្លៃក៏ដោយ "តម្រូវការខ្ពស់ជាងការផ្គត់ផ្គង់" ក៏កត្តានេះបាននិងកំពុងជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានដល់កំណើនទេសចរណ៍ដែលទាមទារការដោះស្រាយឲ្យបានសមស្រប។ បញ្ហារដូវកាលក៏ចោទឡើងផងដែរ មានន័យថានិន្នាការទេសចរណ៍ប្រចាំឆ្នាំហាក់ស្រដៀងគ្នា គឺនៅរដូវភ្ញៀវច្រើន(ខែតុលាដល់ខែមីនា) និងរដូវភ្ញៀវតិច (ខែមេសាដល់ខែកញ្ញា)។ ការដោះស្រាយបានបញ្ហារដូវកាលនេះ គឺនឹងជួយដោះស្រាយបញ្ហាឡើងថ្លៃក្នុងរដូវដែលមានភ្ញៀវច្រើន និងជំរុញបង្កើនភ្ញៀវនៅរដូវមានភ្ញៀវតិច ដែលនាំឲ្យបរិមាណភ្ញៀវប្រហាក់ប្រហែលគ្នាក្នុងឆ្នាំទាំងមូល។

(១០៨) ជាយុទ្ធសាស្ត្រការដោះស្រាយបញ្ហាថ្លៃខ្ពស់ គឺសំខាន់ផ្តោតទៅលើ (១) ការកាត់បន្ថយគម្លាតរវាងការផ្គត់ផ្គង់និងតម្រូវការ ដោយក្នុងនោះដោះស្រាយបញ្ហារដូវកាល បង្កើនការផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍សមស្រប (២) បង្កើនការគ្រប់គ្រង ការដាក់ចេញវិធានការ និងការអនុវត្តម៉ត់ចត់។ ទោះបីស្ថិតក្នុងបរិបទនៃសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ដែលរដ្ឋមិនមានអន្តរាគមន៍ផ្ទាល់ចំពោះការកំណត់ថ្លៃក៏ដោយ ប៉ុន្តែការឆ្ពោះទៅរកសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសង្គម ដែលទាមទារការគ្រប់គ្រងតម្រង់ទិសច្បាស់លាស់ពីរដ្ឋ និងការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ចំពោះកត្តាថ្លៃនិងឥទ្ធិពលនៃថ្លៃលើវិស័យទេសចរណ៍ គឺជាការគាំទ្រមិនអាចខ្វះបាន។

(១០៩) គួរកត់សម្គាល់ថា កត្តាថ្លៃក៏អាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ប្រកបដោយគ្រោះថ្នាក់ក្នុងការប្រកួតប្រជែងដើម្បីដណ្តើមកំណើនតម្រូវការ ដូចជាការចុះថ្លៃដើម្បីបង្កើនបរិមាណលក់បណ្តាលឲ្យផលិតផលនិងសេវាទេសចរណ៍ធ្លាក់ចុះគុណភាពឬអាចឈានទៅដល់ការធ្លាក់ចុះប្រសិទ្ធភាពទាក់ទាញនៃគោលដៅទេសចរណ៍។

២.១. ទីផ្សារទេសចរណ៍

(១១០) ទីផ្សារទេសចរណ៍ប្រែប្រួល និងទទួលរងឥទ្ធិពលពីកត្តាសង្គម សេដ្ឋកិច្ច និងបរិស្ថាន។ វិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចកន្លងមកបានកាត់បន្ថយការរីកលូតលាស់នៃទីផ្សារទេសចរណ៍ពិភពលោក ពិសេសតំបន់ដែលមានការប៉ះពាល់ខ្លាំងនៃវិបត្តិ។

(១១១) យោងតាមស្ថិតិនៃការមកដល់ទេសចរអន្តរជាតិ ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជាមានប្រមាណជាង១០០ប្រទេសនៃពិភពលោកទាំងមូល។ លទ្ធផលនៃការមកដល់ប្រមាណជា១០ឆ្នាំចុងក្រោយនេះបានបង្ហាញនូវនិន្នាការទីផ្សារប្រហាក់ប្រហែលគ្នា គឺមានន័យថា ទេសចរណ៍មកពីអាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិកមានចំណែកទីផ្សារប្រមាណ៦៩% អឺរ៉ុបជិត២០% អាមេរិក១០% អាហ្វ្រិកនិងមជ្ឈិមបូព៌ា១%។

(១១២) ទីផ្សារទេសចរណ៍ត្រូវបានកំណត់ជាទីផ្សារអាទិភាព ទីផ្សារចម្រុះ និងទីផ្សារកំពុងរះឡើងដោយឈរលើមូលដ្ឋាននៃការកំណត់៥យ៉ាងនោះគឺ (១) ចំនួនប្រជាជន (២) ចំណែកទីផ្សារ (៣) អត្រាប្រជាជនចេញទេសចរណ៍ក្រៅប្រទេស (៤)ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និង(៥) តម្រូវការទីផ្សារ។ ក្រៅពីនេះការសិក្សាក៏ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ផងដែរអំពីរយៈចម្ងាយនិងការតភ្ជាប់ពីទីផ្សារទេសចរណ៍មកគោលដៅទេសចរណ៍ ព្រមទាំងទំនាក់ទំនងសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងកត្តាពាក់ព័ន្ធនានារវាងទីផ្សារនិងគោលដៅទេសចរណ៍។

(១១៣) យ៉ាងណាក៏ដោយ ភាពទាក់ទាញនៃគោលដៅទេសចរណ៍តាមរយៈនៃការផ្សព្វផ្សាយការសម្រួលការធ្វើដំណើរ ការផ្តល់ជម្រើសងាយស្រួលក្នុងការចូលទស្សនានិងការតភ្ជាប់ប្រសើររវាងទីផ្សារនិងគោលដៅទេសចរណ៍ គឺជាអាទិភាពចម្បងនៃការជំរុញនិន្នាការកើនឡើងនៃទេសចរណ៍និងឈានទៅកំណត់បានច្បាស់ទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗ។

(១១៤) តម្រូវការនៃទីផ្សារទេសចរណ៍មានការប្រែប្រួល អាស្រ័យដោយកត្តា៣យ៉ាងជាគោលគឺ (១) ស្ថានភាពខាងក្នុងនៃទីផ្សារផ្ទាល់ ដូចជាស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច សង្គម នយោបាយ ការប្រែប្រួលនៃលក្ខណៈប្រជាជន (ឬចំណែកទីផ្សារ) (២) ឥទ្ធិពលខាងក្រៅជះទៅលើទីផ្សាររួមមានការផ្សព្វផ្សាយ និងភាពទាក់ទាញនានា និងការតភ្ជាប់ (៣) ស្ថានភាពខាងក្នុងនៃគោលដៅទេសចរណ៍ដែលផ្តោតសំខាន់ទៅលើផលិតផល សេវាទេសចរណ៍ ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ប្រវត្តិសាស្ត្រ កត្តាសន្តិសុខ សុវត្ថិភាព។ល។

(១១៥) ការសិក្សាទីផ្សារទេសចរណ៍ដើម្បីកំណត់ប្រភេទនៃទីផ្សារ និងឈានទៅដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រ ផែនការ ឬវិធានការអនុវត្ត គឺត្រូវផ្អែកលើមូលដ្ឋានសំខាន់ៗដូចខាងលើ និងត្រូវទាមទារការសិក្សាវិភាគច្បាស់លាស់ ដោយឈរលើប្រភពព័ត៌មានគាំទ្រផ្សេងៗជាច្រើន។ ការសិក្សាទីផ្សារមិនម៉ត់ចត់នឹងបណ្តាលឲ្យការដាក់ចេញនូវផែនការឬសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយមិនត្រឹមត្រូវ ហើយឈានទៅបរាជ័យក្នុងការសម្រេចចក្ខុវិស័យនៃកំណើនទេសចរណ៍។

(១១៦) ទីផ្សារទេសចរណ៍អាទិភាពរបស់កម្ពុជាគឺ តំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក ដែលមានទីតាំងភូមិសាស្ត្រជាមួយគ្នា និងជាតំបន់ដែលមានប្រជាជនច្រើន ការតភ្ជាប់ល្អ និងស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចល្អប្រសើរ។ ប្រទេសក្នុងក្របខ័ណ្ឌអាស៊ាន ពិសេសប្រទេសជិតខាងកម្ពុជា វៀតណាម ឡាវ និងប្រទេសថៃ គឺជាប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍ដ៏សំខាន់ និងងាយទាក់ទាញ ខណៈដែលប្រទេសចិន ជប៉ុន កូរ៉េ និងឥណ្ឌា ដែលនៅមិនឆ្ងាយពីកម្ពុជា គឺជាប្រភពទេសចរណ៍ដ៏ធំបំផុតសម្រាប់អាស៊ី និងពិភពលោកបច្ចុប្បន្ន និងអនាគត។ ប្រទេសទាំងបួននេះមានប្រជាជនសរុបជិត៣ ០០០លាននាក់ ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចល្អប្រសើរ និងមានអត្រា

ប្រជាជនចេញទេសចរណ៍ក្រៅប្រទេសខ្ពស់។ ប្រទេសចិនជាទីផ្សារទេសចរណ៍ផង និងក៏ជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោកផងដែរ ដោយប្រទេសនេះទទួលទេសចរអន្តរជាតិរាប់លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំៗ ហើយចិនក្លាយជាស្នូលក្នុងការតភ្ជាប់ពិភពលោកជាមួយគោលដៅទេសចរណ៍នានា រួមមានកម្ពុជាផងដែរ។

(១១៧) ទេសចរចិនចេញក្រៅប្រទេសត្រូវបានគ្រោងប្រមាណ១០០លាននាក់ក្នុង១ឆ្នាំ ចាប់ពីឆ្នាំ២០២០ នៅពេលដែលឥណ្ឌានឹងមានប្រមាណ៣០លាននាក់ ជប៉ុនមានប្រមាណ៣០លាននាក់ និងកូរ៉េគ្រោងយ៉ាងតិចក៏មានជាង២០លាននាក់ផងដែរ។ ដូច្នេះប្រទេសបួននេះ នឹងមានទេសចរចេញក្រៅប្រទេសរហូតដល់ជិត២០០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំៗ។

(១១៨) ចលនាទេសចរណ៍នៅក្នុងអាស៊ាន នឹងមានសកម្មភាពកាន់តែខ្លាំងឡើងៗ ពិសេសគឺចាប់ពីឆ្នាំ២០១៥ នៅពេលតំបន់នេះត្រូវបានក្លាយទៅជា "សហគមន៍អាស៊ាន" ដែលកាន់តែត្រូវបានធ្វើសមាហរណកម្ម និងការបើកទូលាយ។ អាស៊ានដែលជាគោលដៅទេសចរណ៍ផង និងទីផ្សារទេសចរណ៍ដែលបានទទួលភ្ញៀវអន្តរជាតិប្រមាណ៨០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ ចាប់ពីឆ្នាំ២០១១ ក្នុងនោះការធ្វើដំណើរក្នុងអាស៊ានមានរហូតដល់ជាង៤៥%។ ភ្ញៀវមកពីចិន កូរ៉េ និងជប៉ុន ដណ្តើមបានចំណែកទីផ្សារជាង១៥% និងអ៊ឺរ៉ុបបាន១០%នៃភ្ញៀវសរុបមកអាស៊ាន។

(១១៩) និន្នាការកំណើននៃទេសចរណ៍អាស៊ាន បាននិងកំពុងក្លាយជាចលកររួមចំណែករុញកំណើនទេសចរណ៍កម្ពុជាយ៉ាងឆាប់រហ័ស ដោយសារកត្តាជាមូលដ្ឋានគ្រឹះទាំងឡាយដែលកម្ពុជាមានរួមទាំងកត្តាទីផ្សារ និងគោលដៅទេសចរណ៍ ក្នុងនោះកិច្ចសហការគ្នាល្អនៃអាស៊ាន ក្នុងយុទ្ធសាស្រ្តទាក់ទាញទេសចរ "អាស៊ីអាគ្នេយ៍ផ្តល់ភាពកក់ក្តៅ" និងការតភ្ជាប់គ្នាប្រសើរក្នុងអាស៊ានគឺជាអាទិភាព។

(១២០) កម្ពុជាទទួលបានទេសចរមកពីអាស៊ី ប៉ាស៊ីហ្វិក ជាងមួយលាននាក់ក្នុងឆ្នាំ២០១១ ដែលមានកំណើនសរុបជាង២០% ក្នុងនោះភ្ញៀវមកពីវៀតណាមឈរលំដាប់ទី១ កូរ៉េទី២ និងទី៣ប្រទេសចិន។ និន្នាការនេះបានឆ្លុះបញ្ចាំងពីឥទ្ធិពលនៃការតភ្ជាប់គ្នាយ៉ាងប្រសើរ រវាងទីផ្សារនិងគោលដៅទេសចរណ៍ពិសេស "វៀតណាមនិងកម្ពុជា" ដោយអនុវត្តតាមស្មារតីនៃកិច្ចព្រមព្រៀងការដឹកជញ្ជូនឆ្លងកាត់ព្រំដែនទាំងផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក និងផ្លូវអាកាស និងការសម្រួលបែបបទនានារួមមាន ការលើកលែងទិដ្ឋាការជាដើម។

(១២១) វៀតណាមមានប្រជាជនប្រមាណជាង៨០លាននាក់ ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមល្អប្រសើរ ហើយនៅជាប់និងកម្ពុជា ពិសេសភាគខាងត្បូង។ ការធ្វើដំណើរតាមផ្លូវគោកកាន់តែមានសន្ទុះកើនឡើង ស្របគ្នាជាមួយការធ្វើដំណើរតាមផ្លូវអាកាស។ រីឯការស្នាក់នៅ និងការចំណាយមាននិន្នាការកើនឡើងស្របនឹងស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច។ គួរបញ្ជាក់ថា កាលក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិទេសចរវៀតណាមនេះហើយ ដែលជួយទប់ទល់ការធ្លាក់ចុះនៃទេសចរណ៍កម្ពុជា ដោយភ្ញៀវវៀតណាមបានជំរុញកំណើនរហូតដល់ជាង៤០%។

(១២២) ការរក្សានិងជំរុញកំណើនទេសចរវៀតណាមនិងប្រទេសជិតខាងរួមមានប្រទេសថៃ និងទេសចរអន្តរជាតិដែលទស្សនាប្រទេសទាំងនេះ គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រចម្បងក្នុងការរក្សាស្ថានភាព ស្ថិរភាពទេសចរណ៍ផង និងជំរុញសម្រេចចក្ខុវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ផងដែរ។ វៀតណាមនិងថៃបូកបញ្ចូលគ្នាមានប្រជាជនជាង១៥០លាននាក់ ក្នុងនោះមានរហូតដល់ជិត១០លាននាក់ ទេសចរចេញក្រៅប្រទេស ដោយមិនទាន់គិតភ្ញៀវឆ្លងដែនរយៈពេលខ្លីសម្រាប់ការលម្ហែកម្សាន្តតាមតំបន់ព្រំដែន ដូចជា ការកម្សាន្តតាមមណ្ឌលកម្សាន្តនានាជាដើម។ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជានិងឡាវ(ភាគច្រើននៅកម្ពុជា) មានគោលដៅទេសចរណ៍ប្រភេទ"កម្សាន្ត" មិនតិចជាង៤០កន្លែងនៅតាមព្រំដែន ដែលបាននិងកំពុងទាក់ទាញភ្ញៀវវៀតណាម ថៃ និងភ្ញៀវផ្សេងៗប្រមាណជាងមួយលាននាក់ជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ ក្រៅពីនេះ ប្រទេសជិតខាងទាំងពីរទទួលភ្ញៀវអន្តរជាតិប្រមាណជិត២០លាននាក់ក្នុង១ឆ្នាំ(ថៃជាង១០លាននាក់និងវៀតណាមជាង៥លាននាក់) ដែលនេះគឺជាប្រភពទីផ្សារដ៏ធំនៅជាប់នឹងកម្ពុជាតែម្តង។

(១២៣) ចំពោះកម្ពុជា ទីផ្សារអឺរ៉ុបនៅតែជាទីផ្សារដ៏សំខាន់ ទោះបីជាស្ថិតក្នុងស្ថានភាពដែលសេដ្ឋកិច្ចអឺរ៉ុបនៅមានការលំបាកក៏ដោយ។ នៅក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិកន្លងមកដែលជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានដល់វិស័យទេសចរណ៍ ពិសេសការធ្លាក់ចុះទេសចរណ៍ តែកម្ពុជាទាក់ទាញបាននិងជំរុញភ្ញៀវអឺរ៉ុបកើនឡើង៥% និងរក្សាបានចំណែកទីផ្សារអឺរ៉ុបជិត២០%ក្នុងចំនួនភ្ញៀវសរុប ខណៈដែលអាស៊ានទាំងមូល ទទួលចំណែកទីផ្សារអឺរ៉ុបបានតែ១០%ប៉ុណ្ណោះ។

(១២៤) ចំណុចខ្លាំងនៃការទាក់ទាញភ្ញៀវអឺរ៉ុបរបស់កម្ពុជារួមមាន៖ (១) សក្តានុពលទេសចរណ៍វប្បធម៌ ប្រាសាទបុរាណ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ ក្នុងនោះសំណង់ស្ថាបត្យកម្មសម័យអាណានិគម (២)សន្តិសុខស្ថិរភាពនយោបាយ សុវត្ថិភាពល្អ និង(៣) ការខិតខំរួមគ្នាផ្សព្វផ្សាយទាក់ទាញទេសចរ។ យ៉ាងណាក៏ដោយ ទីផ្សារអឺរ៉ុបនៅមានការលំបាកខ្លះក្នុងការទាក់ទាញដោយស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច ថ្លៃខ្ពស់នៃសំបុត្រយន្តហោះ ការធ្វើដំណើរឆ្ងាយ និងការអនុវត្តគោលនយោបាយនានានៅអឺរ៉ុប រួមមានការដំឡើងពន្ធអ្នកដំណើរ អាចមានការហាមការហោះត្រង់ផ្លូវឆ្ងាយដោយគ្មានការចុះចត ដើម្បីកាត់បន្ថយការប៉ះពាល់បរិយាកាស និងការប្រកួតប្រជែងនៃគោលដៅទេសចរណ៍ផ្សេងៗ ក្នុងនោះទ្វីបអាហ្វ្រិកមានកម្លាំងទាក់ទាញខ្លាំងជាង។

(១២៥) យើងទទួលស្គាល់ថា ចំណែកទីផ្សារអឺរ៉ុបនឹងរួមចុះបន្តិចនៅពេលដែលសកម្មភាពទេសចរណ៍អាស៊ីកើនឡើង។ ទោះជាយ៉ាងនេះក្តី សម្រាប់កម្ពុជាទីផ្សារអឺរ៉ុបនៅតែសំខាន់ ដោយមានចំណែកទីផ្សារបង្គួរ និងមានកំណើន។

(១២៦) ការជំរុញបង្កើនទាក់ទាញទីផ្សារអឺរ៉ុបត្រូវយកចិត្តទុកដាក់លើកត្តាសំខាន់ៗ៧យ៉ាងគឺ (១) សិក្សានិងកំណត់ទីផ្សារឲ្យច្បាស់លាស់ ប្រមូលព័ត៌មានពីប្រភពច្រើនផ្សេងៗ (២)យុទ្ធសាស្ត្រ ផែនការ និងជំរុញសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយចូលជ្រៅក្នុងទីផ្សារ (៣) ជ្រើសរើសបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយសមស្របតាមទីផ្សារនីមួយៗ ពិសេសប្រើប្រាស់បណ្តាញផ្សព្វផ្សាយចូលដល់អតិថិជន ក្នុងនោះរួមមានប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាទំនើប (៤) ជ្រើសរើសចំណែកទីផ្សារឲ្យសមស្របនឹងផលិតផលទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុងនោះទេសចរណ៍វប្បធម៌គឺជាអាទិភាព (៥)សម្រួលការធ្វើដំណើរនិងការតភ្ជាប់ការដឹកជញ្ជូន ក្នុងនោះជំរុញការហោះហើរ

ត្រង់ពីអឺរ៉ុបមកកម្ពុជាឬការភ្ជាប់ការហោះហើរពីអឺរ៉ុបមកក្នុងតំបន់ជាមួយកម្ពុជា ព្រោះថា អាកាសចរណ៍អន្តរជាតិធំៗជាច្រើនបាននិងកំពុងហោះហើរត្រង់មកកាន់ប្រទេសក្នុងតំបន់ ដូចជា ប្រទេសវៀតណាម ថៃ សិង្ហបុរី ម៉ាឡេស៊ី ហុងកុង និងប្រទេសចិន។ល។ (៦) ការរៀបចំផលិតផល សេវា និងរបៀបរៀបរយ សណ្តាប់ធ្នាប់ អនាម័យ សម្រាប់ទាក់ទាញភ្ញៀវអឺរ៉ុប។ ខ្សែទស្សនកិច្ចត្រូវមានរបៀប ដោយជៀសវាង ការត្រួតឬជាប់គ្នានៃក្រុមទេសចរច្រើន គ្មានរបៀប នៅកន្លែងប្រមូលផ្តុំ និង(៧)សន្តិសុខ សុវត្ថិភាព គឺជាកត្តាចាំបាច់និងសំខាន់បំផុតព្រោះថា និន្នាការបច្ចុប្បន្ន ការព្រួយបារម្ភពីការគំរាមគំហែងភេរវកម្ម និងភាពគ្មានសុវត្ថិភាព គឺជាឧបសគ្គរាំងស្ទះដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ទន្ទឹមនឹងវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច នយោបាយ និងគ្រោះធម្មជាតិនានា។

(១២៧) ការទាក់ទាញទេសចរណ៍មកពីទីផ្សារអឺរ៉ុប ក៏ត្រូវផ្តោតផងដែរលើកត្តាថ្លៃទស្សនា (ថ្លៃផលិតផល សេវា) ដែលជាផ្នែកមួយនៃ " កម្លាំងទិញ " យ៉ាងសំខាន់ ។ ក្រៅពីទីផ្សារទេសចរណ៍ខាងលើទីផ្សារដែលរះឡើងថ្មី ដូចជាទីផ្សាររុស្ស៊ី អូស្ត្រាលី និងមជ្ឈិមបូព៌ា ក៏ត្រូវជំរុញយកចិត្តទុកដាក់អភិវឌ្ឍ។ ទេសចររុស្ស៊ីបានមកទស្សនាប្រទេសជិតខាងកម្ពុជា ប្រមាណ១លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំៗ ខណៈកម្ពុជាទើបទទួលបានភ្ញៀវរុស្ស៊ី ប្រមាណជាង៧ម៉ឺននាក់ប៉ុណ្ណោះ ប៉ុន្តែបានបង្ហាញនូវកំណើនរហូតដល់១០០%។ ការហោះហើរត្រង់រុស្ស៊ី កម្ពុជា គឺជាមធ្យោបាយដ៏សំខាន់ ក្នុងការជំរុញកំណើនទេសចរណ៍។ ការហោះត្រង់នេះធ្លាប់មានកាលពីទសវត្សឆ្នាំ១៩៨០ ហើយក៏ត្រូវផ្អាកក្រោយមក។ បច្ចុប្បន្នអាកាសចរណ៍រុស្ស៊ីហោះត្រង់មកកាន់វៀតណាមនិងថៃ ដែលកម្ពុជាត្រូវភ្ជាប់ការហោះហើរនេះឡើងវិញ។

(១២៨) ចំពោះទីផ្សារអារ៉ាប់ គឺជាទីផ្សាររះឡើងថ្មីនិងមានកម្លាំងសេដ្ឋកិច្ចខ្លាំង។ កម្ពុជា អារ៉ាប់ មានទំនាក់ទំនងល្អលើគ្រប់ផ្នែក ប៉ុន្តែការទាក់ទាញភ្ញៀវអារ៉ាប់មកកម្ពុជានៅមានកម្រិតទាប ហើយការហោះហើរត្រង់ក៏ពុំទាន់មាន ទោះបីកិច្ចព្រមព្រៀងហោះហើរ ត្រូវបានឯកភាពរួចហើយក៏ដោយ។ ទីផ្សារអារ៉ាប់ ជាទូទៅមានតម្រូវការទេសចរណ៍កម្ពុជាពីរយ៉ាងសំខាន់នោះគឺ (១)ទិញទំនិញនិងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ (២) ទេសចរណ៍កម្រិតមធ្យមនិងខ្ពស់ទាក់ទងការសម្រាកលម្ហែកម្សាន្ត។

(១២៩) ទាក់ទងប្រភេទទេសចរណ៍ កម្ពុជាស្វាគមន៍ទេសចរគ្រប់ប្រភេទ ដែលស្របតាមគោលនយោបាយជាតិលើវិស័យទេសចរណ៍និងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។ ក្រៅពីទីផ្សាររួបវន្តទាំងឡាយ កម្ពុជាបាននិងកំពុងឆ្ពោះទៅចាប់យកទីផ្សារ "MICE" ដោយរួមមានកិច្ចប្រជុំ សន្និសីទ ការតាំងពិព័រណ៍ ការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍នានា និងការលើកទឹកចិត្តទាក់ទាញការវិនិយោគ។ ការជំរុញអភិវឌ្ឍផលិតផលជាទំនិញ និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទេសចរណ៍ និងការលើកទឹកចិត្តតាមរយៈ " ថ្លៃលក់ទាបគុណភាពល្អ" គឺជាគោលដៅចម្បងនៃការទាក់ទាញប្រភេទទេសចរណ៍ " ទិញទំនិញ " ពិសេសស្ត្រី ហើយនិន្នាការនេះកំពុងលេចរូបរាងឡើងតាមរយៈការទិញទំនិញរបស់ភ្ញៀវទេសចរ នៅតាមផ្សារប្រពៃណី ផ្សារទំនើប ផ្សាររាត្រី។ល។ ដែលជំរុញឲ្យមានសកម្មភាពទេសចរណ៍រស់រវើក និងផ្តល់ផលដល់ប្រជាជនក្នុងស្រុក និងទេសចរផងដែរ ដោយប្រែក្លាយកម្ពុជាទៅជាទីផ្សារ "ទំនិញ" សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ។

(១៣០) និន្នាការនេះកាន់តែរីកចម្រើនឡើងនៅថ្ងៃអនាគត បើសិនជាទេសចរនឹងត្រូវបានអនុញ្ញាតឲ្យទិញនិងប្រើប្រាស់ទំនិញដែលផលិតនៅកម្ពុជា(ដូចជាសម្លៀកបំពាក់) សម្រាប់នាំចេញទៅលក់នៅបរទេស។ គួរចាប់អារម្មណ៍ថា បើទេសចរម្នាក់ទិញសម្លៀកបំពាក់មួយកំប្លេនៅកម្ពុជានោះ មួយឆ្នាំកម្ពុជាអាចលក់បានសម្លៀកបំពាក់យ៉ាងតិច៥លានកំប្លេតាមរយៈទេសចរណ៍ បន្ថែមលើការនាំចេញ ហើយនឹងជំរុញសកម្មភាពឧស្សាហកម្មកាត់ដេរ និងការងារជូនកម្មករបន្ថែមទៀត។ក្រៅពីនេះចលនាទេសចរណ៍ "ទិញទំនិញ" ក៏នឹងរីកលូតលាស់ផងដែរ ដូចដែលប្រទេសមួយចំនួនក្នុងតំបន់បាននិងកំពុងទទួលជោគជ័យលើផ្នែកនេះ។

(១៣១) ទីផ្សារទេសចរណ៍ "កម្សាន្ត" គឺមានទំហំធំ និងសក្តានុពលខ្លាំង ពិសេសនៅអាស៊ីដែលមានប្រជាជនច្រើន។ ប្រទេសម៉ាឡេស៊ីក៏បានអនុញ្ញាតឲ្យមានតំបន់កម្សាន្តនៅតំបន់ភ្នំ "ហ្គេនទីង" ដោយទាក់ទាញទេសចរយ៉ាងច្រើន ពិសេសទេសចរអាស៊ី។ សិង្ហបុរីក៏បានអនុញ្ញាតឲ្យមានតំបន់កម្សាន្តធំៗចំនួនពីរដំណើរការ ហើយបច្ចុប្បន្នសិង្ហបុរីទាក់ទាញបានមកវិញនូវភ្ញៀវជាច្រើនរួមមាន ប្រជាជនសិង្ហបុរីខ្លួនឯងផង ដែលធ្លាប់ទៅកម្សាន្តក្រៅប្រទេស។ ជាលទ្ធផលកំណើនទេសចរសិង្ហបុរីកើនជាង៣០% ពិសេសសេវាកម្មស្នាក់នៅនិងការដឹកជញ្ជូន។

(១៣២) ករណីជោគជ័យមួយទៀត គឺម៉ាការដែលរដ្ឋាភិបាលចិនបានរក្សានិងអភិវឌ្ឍជាតំបន់ទេសចរណ៍ "កម្សាន្ត" ដ៏ធំមួយនៃពិភពលោកទទួលភ្ញៀវជាច្រើនលាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំៗ និងចំណូលទេសចរណ៍រាប់ពាន់លានដុល្លារ។

(១៣៣) ប្រទេសវៀតណាមរយៈពេលចុងក្រោយនេះ ក៏បានអនុញ្ញាតឲ្យមានសកម្មភាពទេសចរណ៍ "កម្សាន្ត" នៅតំបន់សមុទ្រដែលជាគោលដៅដ៏សំខាន់ និងការអនុញ្ញាតឲ្យមានសេវាកម្សាន្ត ជាលក្ខណៈ "ស្លុតម៉ាស៊ីន" នៅតាមសណ្ឋាគារធំៗលំដាប់អន្តរជាតិសម្រាប់ការកម្សាន្តរបស់ភ្ញៀវបរទេស។

(១៣៤) យ៉ាងណាមិញកម្ពុជាក៏បាននិងកំពុងទទួលកំណើនទេសចរណ៍ប្រភេទ "កម្សាន្ត" នេះផងដែរ ដូចជា នៅរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តព្រះសីហនុ និងតាមតំបន់ព្រំដែនជាប់ជាមួយប្រទេសវៀតណាម និងថៃ។ អនាគតសកម្មភាពទេសចរណ៍បែបនេះ គួរត្រូវអភិវឌ្ឍនៅតាមតំបន់ឆ្នេរ ប្រជុំកោះ ឬតំបន់ដែលមានការលើកទឹកចិត្តស្របតាមផែនការអភិវឌ្ឍនិងមិនត្រូវបានអនុញ្ញាតនៅតំបន់ទេសចរណ៍វប្បធម៌ឡើយ។ យ៉ាងណាក៏ដោយ ការអនុញ្ញាតឲ្យមានប្រភេទទេសចរណ៍ " កម្សាន្ត " ត្រូវរៀបចំឲ្យមានច្បាប់គ្រប់គ្រងនិងអនុវត្តច្បាប់ឲ្យបានម៉ឺងម៉ាត់ ដើម្បីធានាទប់ស្កាត់ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានមកលើសង្គមកម្ពុជា។

(១៣៥) ទីផ្សារទេសចរណ៍យុវជន និងទេសចរណ៍តាមនាវាក៏បាននិងកំពុងមានសន្ទុះកើនឡើងផងដែរ ស្របនឹងការកើនឡើងនៃប្រភេទទេសចរណ៍កីឡា ពិសេសកីឡាវាយកូនហ្គោល(Golf) ទេសចរណ៍សាសនា និងទេសចរណ៍ព្យាបាលសុខភាព។ ម្យ៉ាងទៀត កម្ពុជាគួរសិក្សានិងឆ្ពោះទៅចាប់យកប្រភេទទេសចរណ៍ " ផ្ទះទី២ " ដែលកំពុងទទួលជោគជ័យនៅហុងកុងនិងម៉ាឡេស៊ី។ យើងត្រូវសិក្សាទិដ្ឋភាព

ច្បាប់មួយចំនួន ដើម្បីអនុញ្ញាតឲ្យមានទេសចរណ៍ប្រភេទនេះប្រកបដោយគុណភាព និងបានផលផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់។

(១៣៦) កម្ពុជាមានប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍ដ៏សំខាន់មួយទៀតគឺ សហគមន៍ជនជាតិខ្មែរនៅបរទេស រួមមាន នៅអឺរ៉ុប អាមេរិក អូស្ត្រាលី និងអាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក។ ក្រោមពន្លឺនៃសន្តិភាពនិងការអភិវឌ្ឍខ្មែរគ្រប់និន្នាការនយោបាយបានរួមគ្នា ហើយកម្ពុជាបើកទ្វារទូលាយក្នុងការចេញ ចូល និងការងារ ទំនាក់ទំនងនានា នៅក្រោមគោលនយោបាយបើកចំហជើងមេឃ។ ជាងនេះទៀត រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានអនុញ្ញាតផ្ដល់ការលើកលែងទិដ្ឋាការទាំងស្រុង សម្រាប់បងប្អូនខ្មែររស់នៅបរទេសមកទស្សនាកម្ពុជា។ គោលនយោបាយនេះមានឥទ្ធិពលនិងទទួលបានលទ្ធផលល្អ ដោយទាក់ទាញបានប្រមាណជាង១០ម៉ឺននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំៗបងប្អូនខ្មែរនៅបរទេស ក្នុងនោះមួយចំនួនមានសញ្ជាតិបរទេស។

(១៣៧) ទីផ្សារនេះកាន់តែរីកធំឡើងជាលំដាប់ ទៅតាមទំហំនៃសហគមន៍ខ្មែរនៅក្រៅប្រទេស និងកត្តាសេដ្ឋកិច្ច។ តាមការសិក្សាប្រភេទនៃទេសចរណ៍បែបនេះ បានផ្ដល់ចំណូលច្រើនដល់សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាដែលមានប្រមាណជាង២០០លានដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំ។ ចំណូលនេះភាគច្រើនបានដល់ដៃប្រជាជនក្នុងស្រុកតែម្ដង តាមរយៈការជួយដោយផ្ទាល់ពីបងប្អូននៅបរទេស។

(១៣៨) ផ្អែកលើសក្ដានុពលនៃអេកូទេសចរណ៍កម្ពុជាមានលទ្ធភាពនិងសមត្ថភាពពេញលេញក្នុងការទាក់ទាញភ្ញៀវអេកូទេសចរណ៍ ដោយភ្ជាប់ជាមួយទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រភេទទេសចរណ៍ផ្សេងទៀត។ ទីផ្សារអេកូទេសចរណ៍ក៏មាននិន្នាការរីកចម្រើនជាលំដាប់ ពិសេសនៅពេលដែលពិភពលោកទាំងមូលមានការយល់ដឹង និងចូលរួមកាន់តែសកម្មឡើងក្នុងចលនាឆ្ពោះទៅរក "ភាពបៃតង" ទាំងក្នុងការងារ ការរស់នៅ និងសកម្មភាពទេសចរណ៍។ ចលនានេះបាននិងកំពុងរួមវិភាគទានយ៉ាងសំខាន់ដល់ការលើកទឹកចិត្តទេសចរនិងគោលដៅទេសចរណ៍ ក្នុងការរួមគ្នាអភិវឌ្ឍអេកូទេសចរណ៍ដែលជាផ្នែកដ៏សំខាន់មួយនៃទេសចរណ៍ធម្មជាតិប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវនិងមានផលប្រយោជន៍។

(១៣៩) ទីផ្សារអេកូទេសចរណ៍លើសកលលោក មានសមាមាត្រប្រហាក់ប្រហែលគ្នានឹងទេសចរណ៍វប្បធម៌ដែរ។ ជារួម តម្រូវការទេសចរណ៍ទាំងពីរនេះ គឺជាស្នូលនៃវិស័យទេសចរណ៍ទាំងមូល។ ដូច្នេះ សម្រាប់កម្ពុជា គឺជាឱកាសដ៏វិសេសវិសាល ដោយមានសក្ដានុពលខ្លាំងក្លានៃប្រភេទទេសចរណ៍ទាំងពីរនេះ និងត្រូវបានអភិវឌ្ឍព្រមគ្នា(បំពេញគ្នាទៅវិញទៅមក)ជា " មាសបៃតង "។ ក្រៅពីទីផ្សារអន្តរជាតិ យើងមើលឃើញច្បាស់និងទទួលស្គាល់ប្រសិទ្ធភាពនៃទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ដែលកំពុងស្ទុះឡើងយ៉ាងសកម្ម។ ជាមួយនឹងប្រជាជនប្រមាណជាង១៤លាននាក់ ដែលកាន់តែមានជីវភាពរស់នៅប្រសើរឡើង គួបផ្សំនឹងកំណើនសេដ្ឋកិច្ច ស្ថិរភាពនយោបាយ និងប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធប្រសើរ កម្ពុជាបានបង្កើតនិងជំរុញសកម្មភាពទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុករហូតដល់ជាង៧លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។ បន្ថែមលើនេះ ក៏មានជនបរទេសដែលបំពេញការងារនិងរស់នៅស្របច្បាប់ក្នុងកម្ពុជាជាច្រើននាក់ទៀតក៏បានជំរុញសកម្មភាពទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងកាន់តែសកម្មឡើង។ តាមរយៈនៃទីផ្សារនេះ គោលដៅទេសចរណ៍

ផលិតផល សេវាទេសចរណ៍ត្រូវបានពង្រឹងជាប្រចាំ ពិសេសការអភិវឌ្ឍតំបន់ទេសចរណ៍ថ្មីៗនាំមុខសម្រាប់ការទាក់ទាញទេសចរអន្តរជាតិបន្តបន្ទាប់។

(១៤០) គួរកត់សម្គាល់ផងដែរថា ក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិម្តងៗ គឺទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកនេះហើយដែលជួយទប់ទល់ស្ថានភាពទេសចរណ៍មិនឲ្យធ្លាក់ចុះនិងរក្សា " ភាពធន់ " នៃទេសចរណ៍រហូតដល់ឆ្លងផុតវិបត្តិទាំងស្រុង។ ទេសចរក្នុងស្រុកបានបង្កើនចំណូលជិត២០០លានដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំរួមចំណែកជំរុញសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចផ្ទៃក្នុង ក្នុងនោះជំរុញផងដែរសកម្មភាពនៃសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម ការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក បង្កើនការងារ និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ ម្យ៉ាងទៀត ចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកបានជួយលើកកម្ពស់ការអប់រំ បង្កើនការយល់ដឹង ការស្រឡាញ់ មិត្តភាព និងការផ្សារភ្ជាប់ទីក្រុង ទីប្រជុំជនជាមួយជនបទឬតំបន់ទេសចរណ៍ ព្រមទាំងការលើកកម្ពស់ផ្នែកសុខភាពផងដែរ។

(១៤១) ដើម្បីសម្រេចគោលដៅទាំងនេះ ជាយុទ្ធសាស្ត្រត្រូវយកចិត្តទុកដាក់បន្ថែមដល់ការពង្រឹងនិងពង្រីកគុណភាព និងសេវាទេសចរណ៍ ផលិតផលទេសចរណ៍និងដោះស្រាយបញ្ហានានា សំដៅជំរុញសកម្មភាពទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកនិងផ្ទៃក្នុង។ ជាចម្បងត្រូវផ្តោតទៅលើចំណុច៥យ៉ាងរួមមាន៖

- ពង្រឹងនិងពង្រីកគោលដៅទេសចរណ៍ទូទាំងប្រទេសដើម្បីស្រូបយកកំណើនទេសចរ។
- គោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ ត្រូវរៀបចំគ្រប់គ្រងត្រឹមត្រូវ ដោយយន្តការសមស្រប។ ត្រូវមានរបៀបរៀបរយ សណ្តាប់ធ្នាប់ និងអនាម័យ។
- ដោះស្រាយបញ្ហាអសកម្មនានា ដូចជាការផ្គត់ផ្គង់មិនគ្រប់គ្រាន់បណ្តាលឲ្យកើតមានបញ្ហា " ថ្លៃឡើងខ្ពស់ " ភាពមិនទាន់ប្រសើរ អនាធិបតេយ្យនៅតាមរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍។
- ពង្រឹងសន្តិសុខ សុវត្ថិភាព និងការត្រៀមបង្ការផ្សេងៗ ដើម្បីជួយអន្តរាគមន៍ពេលមានបញ្ហាកើតឡើង ដូចជា ការបង្កើតឆ្មាំសមុទ្រ ក្រុមជួយសង្គ្រោះ។ល។
- ផែនការនិងក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ជាមូលដ្ឋានក្នុងការអភិវឌ្ឍ។

២.២. ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍

(១៤២) ដោយពឹងផ្អែកទៅលើការសិក្សាទីផ្សារច្បាស់លាស់ ការដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារនិងការកំណត់ទីផ្សារអាទិភាព ការផ្សព្វផ្សាយគឺជាសកម្មភាពអនុវត្តដើម្បីឈានទៅសម្រេចគោលបំណងគោលដៅដែលបានកំណត់។ ការផ្សព្វផ្សាយមានច្រើនប្រភេទ និងរបៀបទៅតាមសភាពការណ៍ និងនិន្នាការនៃទីផ្សារផងនិងគោលដៅទេសចរណ៍ផង ក្នុងនោះក៏ចំណុះផងដែរទៅលើលទ្ធភាពនៃធនធានហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធានមនុស្ស។

(១៤៣) យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ " កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ " បាននិងកំពុងជ្រួតជ្រាបជាសកល និងលើកកម្ពស់កម្រិតប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជាយ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងតំបន់និងអន្តរជាតិ។ យុទ្ធនាការនេះត្រូវបានជំរុញជាប្រចាំនិងយូរអង្វែង ធ្វើឲ្យកាន់តែមានឥទ្ធិពលនៃការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជានៅក្នុងទីផ្សារទេសចរណ៍ពិភពលោក។ ទោះបីការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាទទួលស្គាល់ថានៅមានកម្រិត ប៉ុន្តែឥទ្ធិពលនៃសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយជាប្រចាំទាំងរដ្ឋនិងឯកជន បាននិងកំពុងរួមចំណែក

យ៉ាងច្រើនដល់សន្ទុះនៃការរីកលូតលាស់នៃទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ជាក់ស្តែងកម្ពុជា ជាគោលដៅទេសចរណ៍មួយថ្មីនិងមានសក្តានុពល ពិសេសភាពល្បីល្បាញនៃទេសចរណ៍វប្បធម៌អង្គរដែលបានជះឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងលើទីផ្សារអន្តរជាតិ។ មានន័យថា អង្គរផ្សព្វផ្សាយខ្លួនឯងច្រើននិងដើរតួនាទីស្នូលក្នុងការទាក់ទាញទេសចរណ៍។ ម្យ៉ាងទៀត កម្ពុជាស្ថិតនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ ដែលជាតំបន់មានការរីកចម្រើនបំផុត និងតំបន់នេះត្រូវបាននិងកំពុងផ្សព្វផ្សាយទាក់ទាញទេសចរណ៍យ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងពិភពលោក។ យ៉ាងណាក៏ដោយ នៅពេលដែលគោលដៅទេសចរណ៍កម្ពុជាកាន់តែត្រូវបានអភិវឌ្ឍ ពិសេសដើម្បីឈានទៅសម្រេចចក្ខុវិស័យអនាគត គឺទាមទារការលើកកម្ពស់កម្រិតនៃការផ្សព្វផ្សាយដើម្បីបង្កើនថែមកម្លាំងប្រកួតប្រជែងនិងធ្វើឲ្យកម្ពុជាប្រែក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោក។

(១៤៤) តាមការសិក្សាកម្លាំងកំណើននៃតម្រូវការទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងរង្វង់១០%ប្រចាំឆ្នាំហើយកម្រិតនេះនឹងថយចុះនៅពេលដែលបរិមាណភ្ញៀវកាន់តែច្រើនឡើង។ ក្នុងន័យនេះវដ្តនៃកំណើននឹងត្រូវធ្លាក់ចុះ បើគ្មានការគាំទ្រពីសកម្មភាពទីផ្សារនិងការផ្សព្វផ្សាយឲ្យបានសមស្រប។ យើងទទួលស្គាល់កំណើនត្រូវបានបន្ថយដោយសារកត្តាផ្សេងៗ រួមមានវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច ប៉ុន្តែបើគ្មានសកម្មភាពទីផ្សារនិងការផ្សព្វផ្សាយ នោះកំណើនកាន់តែត្រូវបានកាត់បន្ថយ។

(១៤៥) សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ទាំងឡាយ ដែលយើងបាននិងកំពុងអនុវត្ត គឺសមស្របទៅនឹងនិន្នាការនិងសភាពការណ៍ទេសចរណ៍ទាំងក្នុងដំណាក់កាលរីកចម្រើន និងពេលដែលមានវិបត្តិ។ ដូច្នេះ យើងត្រូវជំរុញបង្កើនសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយឲ្យសកម្មថែមទៀតនិងចូលជ្រៅដល់ក្នុងទីផ្សារទេសចរណ៍ ដូចជា ការផ្សាយតាមប្រព័ន្ធឃោសនារួមមាន ទូរទស្សន៍ កាសែត ទស្សនាវដ្តី ការចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍នានា ការតាំងពិព័រណ៍។ល។ ការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានទំនើបនិងពេញនិយម(គេហទំព័រទេសចរណ៍ ការផ្សាយ និងទំនាក់ទំនងតាមប្រព័ន្ធអ៊ិនធឺណិត) គឺជាជម្រើសដ៏ប្រសើរព្រោះ មធ្យោបាយនេះផ្តល់នូវប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ រហ័សចូលជ្រៅដល់គ្រប់សមាសភាពទីផ្សារ និងចំណាយទាប បើធៀបទៅនឹងការផ្សព្វផ្សាយតាមមធ្យោបាយផ្សេងៗទៀត។

(១៤៦) តាមស្ថានទូតឬស្ថានកុងស៊ុលកម្ពុជានៅបរទេស គឺជាបណ្តាញជួយផ្សព្វផ្សាយដ៏សំខាន់។ ក្រៅពីនេះសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយត្រូវជំរុញបន្តប្រើប្រាស់បណ្តាញស្ថានតំណាងទេសចរណ៍នៅបរទេសដែលជាក្រុមហ៊ុនឬភ្នាក់ងារទេសចរណ៍នានាដែលបានរៀបចំសមស្រប។ ជាមួយនេះត្រូវពិចារណាការដាក់ស្ថានតំណាងទេសចរណ៍តាមទីផ្សារទេសចរណ៍អាទិភាព នៅអឺរ៉ុប អាមេរិក និងអាស៊ី ក្នុងនោះប្រទេសជិតខាងដែលមានសក្តានុពលទេសចរណ៍ត្រូវដាក់ស្ថានតំណាងមុនគេ។ សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយត្រូវមានច្រើនប្រភេទ ច្រើនភាសា និងរចនាប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ ក្នុងនោះត្រូវផ្តោះជាចម្បងទៅរកទីផ្សារអាទិភាព។ ការប្រើប្រាស់ភាសានៃទីផ្សារអាទិភាពផ្ទាល់ គឺជំរុញលើកទឹកចិត្តក្នុងការទស្សនា និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ដូចជា ភាសាចិន ភាសាជប៉ុន កូរ៉េ បារាំង អេស្ប៉ាញ អាល្លឺម៉ង់ អារ៉ាប់ និងភាសារុស្ស៊ី។ល។

(១៤៧) ការផ្សព្វផ្សាយក្នុងស្រុក ក៏ត្រូវជំរុញបង្កើនសកម្មភាពថែមទៀត ពិសេសការទាក់ទាញភ្ញៀវជាតិនិងភ្ញៀវអន្តរជាតិដែលស្នាក់នៅកម្ពុជានិងភ្ញៀវអន្តរជាតិមកដល់កម្ពុជា។ មណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍តាមរាជធានី ខេត្តដែលបានស្ថាបនានិងកំពុងប្រតិបត្តិ ត្រូវពង្រឹងនិងពង្រីកសកម្មភាពឃោសនាផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ប្រទាក់ក្រឡាគ្នា ទាក់ទាញទេសចរទស្សនាបានច្រើនកន្លែង និងពន្យារការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវ។ មណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ថ្មីៗច្រើនទៀត ត្រូវរៀបចំបង្កើតឡើងទាំងនៅតាមច្រកទ្វារព្រំដែន តាមដងផ្លូវសំខាន់ៗ(ក្នុងស្ថានីយចំណតទេសចរណ៍)តាមទីក្រុង ទីប្រជុំជន និងគោលដៅទេសចរណ៍។

(១៤៨) សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយនិងបង្កើនការយល់ដឹងទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ដែលបាននិងកំពុងមានឥទ្ធិពលក្នុងមហាជន ត្រូវបង្កើនសកម្មភាពថែមទៀត ក្នុងនោះចម្រៀងទេសចរណ៍ ស្ប៉តអប់រំ នាទីទេសចរណ៍។ល។ ត្រូវបានវាយតម្លៃខ្ពស់ថាជាចលករុញកំណើនទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក។ មធ្យោបាយនេះនឹងត្រូវពង្រីកបន្ថែមទៅក្នុងទីផ្សារក្រៅប្រទេស ពិសេសទីផ្សារសហគមន៍ខ្មែរនៅបរទេស។ ក្រៅពីនេះ សកម្មភាពកីឡានិងព្រឹត្តិការណ៍បុណ្យទាន ប្រពៃណី សាសនានានាក៏ជាផ្នែកដ៏សំខាន់នៃការផ្សព្វផ្សាយទាក់ទាញទេសចរផងដែរ។

(១៤៩) កត្តាគន្លឹះមួយទៀតនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ គឺការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈភ្ញៀវដែលបានមកទស្សនាធ្វើជាអ្នកនាំសារក្នុងការជួយផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍តាមរយៈការផ្សាយបន្តគ្នា ពីម្នាក់ៗទៅម្នាក់និងច្រើននាក់ទៀត។ ករណីនេះ ត្រូវជំរុញលើកកម្ពស់ផលិតផល សេវាទេសចរណ៍ និងកម្រិតល្អប្រសើរនៃបដិសណ្ឋារកិច្ច ដើម្បីបង្កើនកម្រិតពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវ។ គួរប្រយ័ត្នផងដែរថា ភ្ញៀវអាចនាំសារផ្សព្វផ្សាយភាពមិនល្អរបស់គោលដៅទេសចរណ៍កម្ពុជា។

(១៥០) យុទ្ធសាស្ត្របង្កើនសកម្មភាពទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ មិនអាចកាត់ផ្តាច់បានពីលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធានមនុស្សបានទេ ព្រោះថា ការងារទីផ្សារនេះទាមទារនូវចំណែកនៃការចំណាយប្រមាណជា២០%ទៅ៣០%នៃការចំណាយប្រតិបត្តិការទាំងមូលនៃធុរកិច្ចទូទៅ។ កន្លងមកកម្ពុជាចំណាយប្រមាណ២លានដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំលើការងារទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ដោយមិនទាន់គិតការចំណាយរបស់ផ្នែកឯកជន ដើម្បីទាក់ទាញបានទេសចរអន្តរជាតិជាង២លាននាក់ ឬអាចសម្រួលបានថាទេសចរម្នាក់បានត្រូវប្រើ១ដុល្លារថវិការដ្ឋ។ ប្រទេសជិតខាងក្នុងតំបន់ដែលកម្រិតអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ខ្លាំង បានប្រើប្រាស់ថវិការដ្ឋប្រមាណជា១០ដុល្លារឬច្រើនជាងនេះដើម្បីទាក់ទាញទេសចរម្នាក់។ កម្រិតខុសគ្នានេះ គឺសំខាន់មកពីភាពខុសគ្នានៃសកម្មភាពទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយ ដែលប្រទេសទាំងនោះប្រកាន់យកហើយកម្ពុជាក្នុងថ្ងៃអនាគតនឹងឈានទៅរកកម្រិតនេះដូចគ្នា ដើម្បីពង្រីកទីផ្សារឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែងនិងកំណើនទេសចរណ៍។

(១៥១) ដោយមើលឃើញនូវភាពចាំបាច់នៃតម្រូវការនេះ ការដាក់ចេញនូវគោលដៅនៃការបង្កើតក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ គឺជាការត្រឹមត្រូវនិងមានលក្ខណៈជាយុទ្ធសាស្ត្រយូរអង្វែង។ ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលនេះ ត្រូវបានចែងនៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍(មាត្រាទី២០)

ស្របតាមឆន្ទៈនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។ ការកកើតនិងដំណើរការនៃក្រុមប្រឹក្សាភិបាលនេះនឹងបង្ហាញការរួបរួមគ្នាកាន់តែជិតស្និទ្ធរវាងស្ថាប័នរដ្ឋនិងផ្នែកឯកជន ទាំងប្រភពហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធានមនុស្ស ដើម្បីពង្រឹកកម្លាំង និងប្រសិទ្ធភាពនៃការងារទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា។ តាមការសិក្សាបឋម មូលដ្ឋានហិរញ្ញវត្ថុប្រមាណជិត១០លានដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំ នឹងត្រូវប្រមូលផ្តុំដើម្បីជំរុញសកម្មភាពទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយ ដែលក្នុងនោះបានមកពីរដ្ឋ ផ្នែកឯកជន និងដៃគូអភិវឌ្ឍនានា។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ការបង្កើតយន្តការថ្មីនេះ ដែលត្រូវទាមទារនូវការខិតខំច្រើនទៀតមិនមែនជាការងាយស្រួលឡើយ ព្រោះថាកម្ពុជា ពុំធ្លាប់ប្រតិបត្តិករណីនេះ ទោះបីយន្តការកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរដ្ឋនិងឯកជន ត្រូវបានរីកចម្រើនបង្គួរ នៅកម្ពុជាក៏ដោយ។

៣- ការតភ្ជាប់និងសម្រួលការធ្វើដំណើរដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍

(១៥២) កម្ពុជាស្ថិតក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ ដែលមានការតភ្ជាប់គ្នាល្អប្រសើរទាំងផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក និងផ្លូវអាកាស។ ម្យ៉ាងទៀត ស្ថិតក្នុងទីតាំងភូមិសាស្ត្រនេះ កម្ពុជាស្ថិតត្រង់ចំណុចជាបេះដូងនៃតំបន់ ដោយនៅចន្លោះប្រទេសវៀតណាមនិងថៃ ដែលមានប្រជាជនសរុបប្រមាណជាង១៥០លាននាក់ និងទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ២០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំមកទស្សនា។ កម្ពុជានៅមិនឆ្ងាយពីប្រទេសម៉ាឡេស៊ី ដែលទទួលទេសចរអន្តរជាតិជាង២៥លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំៗ និងប្រើពេលតែជាង១ម៉ោងប៉ុណ្ណោះ តភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសជាមួយសិង្ហបុរី ដែលមានបណ្តាញតភ្ជាប់អន្តរជាតិច្រើនបំផុត និងជាប្រភពទេសចរណ៍ប្រមាណជាង១០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។

(១៥៣) ក្រៅពីនេះកម្ពុជានៅជិត និងមានការតភ្ជាប់ជាមួយប្រទេសចិន ទីក្រុងហុងកុង តៃវ៉ាន់ និងកូរ៉េ ដែលជាប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍ដ៏ធំ និងសំខាន់បំផុតនៃតំបន់ និងពិភពលោក។ មិនតែប៉ុណ្ណោះ ចំណុចទាំងនេះ គឺជាការតភ្ជាប់ពីតំបន់ផ្សេងៗមកកម្ពុជា និងអាស៊ីរួមមានពីជប៉ុនជាដើម។ និន្នាការនៃការតភ្ជាប់គ្នានេះកាន់តែត្រូវបានពង្រឹកជាប្រចាំ ដោយគោលនយោបាយបើកចំហជើងមេឃ ផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក និងផ្លូវអាកាស ព្រមទាំងការធ្វើសមាហរណកម្មនៅក្នុងតំបន់។ ដូចតំបន់អឺរ៉ុប អាស៊ានកំពុងឆ្ពោះទៅរកគោលដៅនៃការសម្រេចបាននូវសហគមន៍អាស៊ាននៅឆ្នាំ២០១៥ ដែលតំបន់ទាំងមូលកាន់តែជិតស្និទ្ធគ្នាលើគ្រប់វិស័យ ក្នុងនោះការតភ្ជាប់ និងសកម្មភាពទេសចរណ៍កាន់តែមានសន្ទុះរីកចម្រើនឡើង។

(១៥៤) កម្ពុជាបាននិងកំពុងមានការវិវឌ្ឍយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃវិស័យគមនាគមន៍ ដែលជាគន្លឹះអាទិភាពមួយក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍បន្ទាប់ពីសង្គ្រាម។ នៅទសវត្សឆ្នាំ១៩៨០ គឺមានតែការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសជាមួយទីក្រុងម៉ូស្គូ តែ២ជើងប៉ុណ្ណោះក្នុងមួយសប្តាហ៍ តែបច្ចុប្បន្នបានកើនឡើងដល់ជាង១៥០ជើងក្នុងមួយសប្តាហ៍ តភ្ជាប់ជាមួយតំបន់និងពិភពលោក។ ការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសពីក្នុងតំបន់កាន់តែសកម្មឡើងទាំងការហោះហើរជាប្រចាំ និងការហោះហើរម្តងម្កាលជាលក្ខណៈជួល។ ម្យ៉ាងទៀតអាកាសចរ " ថ្លៃទាប " ក៏មានសកម្មភាពប្រសើរផងដែរ។

(១៥៥) ព្រលានយន្តហោះអន្តរជាតិពីរ(ភ្នំពេញនិងសៀមរាប) ដំណើរការយ៉ាងសកម្មក្នុងការបម្រើអ្នកដំណើរប្រមាណជាង២លាននាក់ ក្នុងនោះមានទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណជាង១លាននាក់ផង

ដែរ។ ព្រលានយន្តហោះខេត្តព្រះសីហនុត្រូវបានស្តាររួចរាល់ និងបានដាក់ឲ្យដំណើរការដំបូងជាលក្ខណៈក្នុងស្រុក និងបន្ទាប់មកជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ។ ព្រលាននេះ គឺជាច្រកចូលមួយថ្មីទៀតរបស់កម្ពុជា ពិសេសនៅតំបន់ឆ្នេរដែលមានសក្តានុពល ក្នុងនោះភាពទាក់ទាញការមកទស្សនាតាមនាវា ភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសក៏ត្រូវបានជំរុញលើកទឹកចិត្ត។

(១៥៦) ក្រៅពីផ្លូវអាកាស កម្ពុជាមានការតភ្ជាប់យ៉ាងប្រសើរតាមផ្លូវគោក និងផ្លូវទឹកជាមួយប្រទេសជិតខាងក្នុងតំបន់និងពិភពលោក។ កម្ពុជា វៀតណាម មានច្រកព្រំដែនអន្តរជាតិចំនួន៨ និងច្រកព្រំដែនទ្វេភាគីជាច្រើន។ ជាមួយប្រទេសឡាវ កម្ពុជាមានច្រកព្រំដែនអន្តរជាតិមួយ និងច្រកទ្វេភាគីបី និងជាមួយថៃសរុបមានច្រកទ្វារអន្តរជាតិចំនួន៦ និងច្រកទ្វារព្រំដែនមួយចំនួនទៀត។ នៅក្នុងស្មារតីនៃកិច្ចសហប្រតិបត្តិការល្អ ច្រកព្រំដែនទាំងអស់មានសកម្មភាពរស់រវើកនៃការចេញ ចូល ដែលស្រូបទាញបានទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណជាមួយលាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។

(១៥៧) និន្នាការនៃការធ្វើដំណើរតាមផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក មានសន្ទុះកើនឡើងរហ័សជាងតាមផ្លូវអាកាស ពិសេសនៅក្នុងនិងដំណាក់កាលក្រោយវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច។ ឆ្នាំ២០១១ ការមកដល់តាមផ្លូវគោកនិងផ្លូវទឹកមានចំណែក៤៨,៦% និងកើនឡើងជាង១៦,៩%។ រីឯតាមផ្លូវអាកាសដែលមានចំណែកប្រមាណ ៥១,៩%កើនបានជាង១៣,៥%។ ករណីនេះបានឆ្លុះបញ្ចាំងយ៉ាងច្បាស់តាមរយៈការកើនឡើងនៃទេសចរវៀតណាមតាមផ្លូវគោក នេះមិនទាន់គិតអ្នកឆ្លងដែនដែលមកកម្សាន្តតាមតំបន់កម្សាន្តនានា នៅតាមព្រំដែនផង។ ទេសចរថៃនឹងមាននិន្នាការដូចគ្នានៅពេលខាងមុខនេះ ដោយស្ថានភាពទំនាក់ទំនងកម្ពុជា ថៃប្រសើរឡើង ពិសេសការទស្សនាអង្គរតាមច្រកប៉ោយប៉ែតនិងទស្សនាប្រាសាទព្រះវិហារ។

(១៥៨) ការសម្រួលការធ្វើដំណើរឆ្លងកាត់ព្រំដែន កាន់តែត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់និងលើកកម្ពស់ជាប្រចាំ ពិសេសក្រោមយន្តការគណៈកម្មការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនតាមព្រំដែនដែលដឹកនាំដោយរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍។ ការរៀបចំចាត់ចែង របៀបរៀបរយ សណ្តាប់ធ្នាប់ការចេញ ចូល និងដឹកជញ្ជូនតាមច្រកព្រំដែនកាន់តែបានប្រសើរ ដោះស្រាយបាននូវបាតុភាពអសកម្មនានា ដូចជាការយកថ្លៃទិដ្ឋាការលើស ការដណ្តើមភ្ញៀវគ្នាដឹក ឬសកម្មភាពអនាធិបតេយ្យនានា។

(១៥៩) សម្បទាទេសចរណ៍នៅតាមច្រកព្រំដែនកាន់តែត្រូវបានកែលម្អ ដូចជា ស្លាកសញ្ញា មណ្ឌលព័ត៌មាន អគារអ្នកដំណើរ និងផ្លូវតភ្ជាប់ទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍។ល។ សេវាដឹកជញ្ជូនកាន់តែមានរបៀប ដោយការប្តូរវេនគ្នា មានចំណតត្រឹមត្រូវ អ្នកបើកបរមានអត្តសញ្ញាណច្បាស់លាស់។ ក្រោមកិច្ចព្រមព្រៀងដឹកជញ្ជូន កម្ពុជា វៀតណាមរថយន្តដឹកទេសចរ១៥០គ្រឿងក្នុងមួយថ្ងៃ ពីភាគីនីមួយៗ អាចដឹកភ្ញៀវឆ្លងកាត់ព្រំដែនដល់គោលដៅកំណត់នៃភាគីម្ខាងទៀត។ ចំនួននេះត្រូវបានបង្កើនដល់៣០០គ្រឿងក្នុងមួយថ្ងៃនិងច្រើនទៀតនៅថ្ងៃអនាគត។ ការអនុវត្តដ៏ប្រសើរនេះ គឺបានរុញសកម្មភាពទេសចរណ៍យ៉ាងខ្លាំង ហើយករណីនេះនឹងបន្ថែមឡើងទៀតនៅពេលដែលកម្ពុជា ឡាវ និងកម្ពុជា ថៃ អនុវត្តកិច្ចព្រមព្រៀងរបៀបនេះ។

(១៦០) ការមកដល់តាមផ្លូវទឹកក៏មានសន្ទុះកើនឡើងផងដែរ ក្នុងនោះច្រកចូលសំខាន់តាមដងទន្លេមេគង្គពីប្រទេសវៀតណាមមកដល់ភ្នំពេញនិងទៅខេត្តសៀមរាបឬខេត្តកំពង់ចាម ហេតុដល់ខេត្តក្រចេះនិងតាមច្រកកំពង់ផែខេត្តព្រះសីហនុ ។ នាវាធំៗខ្នាតអន្តរជាតិ ដែលដឹកទេសចរប្រមាណពី៥០០ទៅ២០០០នាក់ បានចូលចតកំពង់ផែខេត្តព្រះសីហនុស្ទើរតែរៀងរាល់សប្តាហ៍ ពិសេសនៅរដូវប្រាំង។ ឆ្នាំ២០១១ កំពង់ផែនេះទទួលបាននាវាទេសចរណ៍ជាង២០គ្រឿង សរុបភ្ញៀវជាង២ម៉ឺននាក់។ ចំនួននេះពិតជាកើនឡើងថែមទៀត នៅពេលដែលព្រលានយន្តហោះអន្តរជាតិខេត្តព្រះសីហនុដំណើរការពេញលេញនៅពេលខាងមុខ ព្រោះថា ភ្ញៀវអាចទៅទស្សនាអង្គរបានតាមច្រកនេះ។

៤- ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន

៤.១. ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍

(១៦១) សុវត្ថិភាពជាកត្តាចម្បងក្នុងការទាក់ទាញទេសចរណ៍ និងជារូបភាពវិជ្ជមាននៃគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ។ បញ្ហាភេរវកម្ម ការរីករាលដាលនៃជំងឺឆ្លងនិងគ្រោះធម្មជាតិ ដូចជា រលកយក្ស "ស៊ូណាមិ" ។ល។ គឺជាការគំរាមកំហែង និងបង្កក្តីបារម្ភយ៉ាងខ្លាំងចំពោះទេសចរ ទោះបីកម្ពុជាពុំដែលមានករណីនេះក៏ដោយ។ ក្រៅពីនេះ សុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ត្រូវបានបញ្ចូលផងដែរនូវសុវត្ថិភាពម្ហូបអាហារ ការស្នាក់នៅ ការធ្វើដំណើរ និងការទស្សនា ដោយគ្មានការគំរាមកំហែងលើរូបរាងកាយនិងផ្លូវចិត្ត។ ជារួមគឺកញ្ចប់នៃការទស្សនារបស់ភ្ញៀវប្រកបដោយបរិយាកាសកក់ក្តៅនិងសុវត្ថិភាព។ ចំពោះកម្ពុជា កត្តាស្ថិរភាពនយោបាយ សន្តិសុខ និងសុវត្ថិភាព ត្រូវបានវាយតម្លៃខ្ពស់ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ដោយផ្តល់ដល់ទេសចរនូវបរិយាកាសទស្សនាប្រកបដោយសុវត្ថិភាព។

(១៦២) សន្តិសុខ សុវត្ថិភាពត្រូវបានពង្រឹងជាប្រចាំដោយប្រព័ន្ធសន្តិសុខរឹងមាំ រួមមានទាំងសមត្ថកិច្ចនគរបាល(រួមទាំងនគរបាលទេសចរណ៍) ការបំផុសចលនាការពារនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ និងសហគមន៍ទេសចរណ៍ ដោយការចូលរួមរបស់ប្រជាជនតាមស្មារតី "ប្រជាជនម្នាក់ជាអ្នកការពារម្នាក់ " និងជនបរទេសក៏ត្រូវបានអនុញ្ញាតឲ្យចូលរួមជួយក្នុងយន្តការនៃការការពារ ថែរក្សា ពង្រឹងសណ្តាប់ធ្នាប់តាមទីកន្លែងទេសចរណ៍ ឬមូលដ្ឋានអាជីវកម្ម សេវាកម្មទេសចរណ៍ ដែលប្រតិបត្តិដោយជនបរទេស។ ធ្វើដូចនេះ យើងធានាបានជានិរន្តរនូវការទស្សនារបស់ភ្ញៀវប្រកបដោយសុខ សុវត្ថិភាព និងផាសុកភាព ហើយកម្ពុជាក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោក ដែលមានសុវត្ថិភាពបំផុត ដែលនេះគឺជាឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែងមួយដ៏សំខាន់ សម្រាប់កម្ពុជានៅពេលដែលតំបន់មួយចំនួននៃពិភពលោកកំពុងកើនឡើងនិន្នាការគ្មានសុវត្ថិភាព។

(១៦៣) យ៉ាងណាក៏ដោយ បញ្ហាអសកម្មមួយចំនួនដែលប៉ះពាល់ដល់សុវត្ថិភាពទេសចរណ៍នៅមាន ដូចជា សកម្មភាពលួចឆក់តាមដងផ្លូវ ការបាត់របស់ភ្ញៀវនៅតាមមូលដ្ឋានសេវាកម្មស្នាក់នៅ ការបន្លំ បោកប្រាស់ភ្ញៀវ ទិញវត្ថុក្លែងក្លាយ ការបង្ខំឲ្យប្រើប្រាស់មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន។ល។ ប៉ុន្តែ

សមត្ថកិច្ចគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ខិតខំយកចិត្តទុកដាក់ដោះស្រាយ និងចាត់វិធានការទប់ស្កាត់ និងលុបបំបាត់ជាបន្តបន្ទាប់។

(១៦៤) កត្តាជាមូលដ្ឋាននៃប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ គឺការពង្រឹងនិងពង្រីកយន្តការគ្រប់គ្រង និងអនុវត្តទៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ ព្រមគ្នាជាមួយការអនុវត្តច្បាប់ឲ្យបានម៉ឺងម៉ាត់។ ជនល្មើសត្រូវផ្តន្ទាទោសតាមច្បាប់ ហើយករណីខ្លះភ្ញៀវប្រព្រឹត្តល្មើល ក៏ត្រូវទទួលទោសតាមទំហំនៃការប្រព្រឹត្តដោយគ្មានការលើកលែង ដូចជាភ្ញៀវលួចរបស់ភ្ញៀវឬរូបភាពនៃការរំលោភនានាក្នុងចំណោមភ្ញៀវគ្នាឯង។

(១៦៥) កត្តាសំខាន់មួយទៀត គឺការរៀបចំមូលដ្ឋានសម្ភារៈ បច្ចេកទេស និងមធ្យោបាយសមស្រប ដើម្បីជួយដោះស្រាយពេលភ្ញៀវជួបបញ្ហា ដូចជា ការរៀបចំមន្ទីរព្យាបាល ឬកន្លែងសង្គ្រោះបឋម មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន ឬការទំនាក់ទំនងទៅតាមតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍នានា ដើម្បីជួយសង្គ្រោះពេលភ្ញៀវមានគ្រោះថ្នាក់។ ត្រូវផ្តល់ការអប់រំបណ្តុះបណ្តាលដល់អ្នកពាក់ព័ន្ធ ពិសេសមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍អំពីវិធីរបៀបសង្គ្រោះបឋម ឬព័ត៌មានរហ័ស និងការត្រៀមបង្ការទប់ស្កាត់បញ្ហាផ្សេងៗ ដែលអាចកើតឡើងចំពោះភ្ញៀវ។ ម្យ៉ាងទៀត ភ្ញៀវក៏ត្រូវបានផ្តល់ព័ត៌មានពិតអំពីការធ្វើដំណើរ ការស្នាក់នៅ ម្ហូបអាហារ និងការទស្សនា។ល។

(១៦៦) ដើម្បីជៀសវាងបញ្ហានានាជាយថាហេតុ គ្រប់គោលដៅទេសចរណ៍ ត្រូវមានប្រព័ន្ធទូរស័ព្ទ "Hotline" និងបុគ្គលិកបម្រើការជាប្រចាំដើម្បីការផ្តល់ និងទទួលព័ត៌មានភ្លាមៗ ក្នុងករណីភ្ញៀវមានបញ្ហា ស្នើការជួយអន្តរាគមន៍ទាន់ពេលវេលា។ មណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ មន្ទីរទេសចរណ៍ ឬការិយាល័យប្រចាំការនៃសមត្ថកិច្ចរួមមាន នគរបាលទេសចរណ៍ ត្រូវអភិវឌ្ឍទៅជាមណ្ឌលប្រចាំការសម្រាប់ការងារនេះ។

(១៦៧) ចំពោះប្រជាជនកម្ពុជាចេញទៅទេសចរណ៍នៅបរទេស ក៏ត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់ការពារ និងលើកកម្ពស់សុវត្ថិភាពផងដែរ ទាំងការធ្វើដំណើរ ការស្នាក់នៅ និងការទស្សនានៅក្រៅប្រទេស។ ករណីនេះ ការីទេសចរណ៍នាំភ្ញៀវចេញ ត្រូវបានគ្រប់គ្រងយ៉ាងម៉ត់ចត់ និងត្រូវមានវិធានការសមស្របដើម្បីការពារ និងដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនេះ។

(១៦៨) តំបន់ឆ្នេរសមុទ្រ និងប្រជុំកោះនានា អាចមានកំណើនទេសចរច្រើនទាំងភ្ញៀវជាតិ និងភ្ញៀវអន្តរជាតិ ដែលអាចកើតមានបញ្ហាជាយថាហេតុនានាផងដែរ។ តំបន់នេះត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ផ្នែកសុវត្ថិភាព ដោយចាំបាច់ត្រូវមានការផ្តល់ព័ត៌មានជាប្រចាំ មានស្លាកសញ្ញា ទង់សញ្ញា មានបុគ្គលិកប្រចាំការ ឆ្មាំឆ្នេរ និងឧបករណ៍ប្រើប្រាស់សម្រាប់ល្បាតឬជួយសង្គ្រោះគ្រប់គ្រាន់។ បុគ្គលិកបម្រើការត្រូវបានបណ្តុះបណ្តាល និងពង្រឹងសមត្ថភាពជំនាញការពារ និងសង្គ្រោះទាំងនៅលើគោកនិងក្នុងទឹក ហើយក៏ត្រូវចេះភាសាបរទេសសំខាន់ៗអាចប្រើការបាន។

(១៦៩) ចំណុចសំខាន់មួយទៀត គឺការដោះស្រាយការកកស្ទះចរាចរណ៍នៅក្នុងគោលដៅទេសចរណ៍ ឬតាមផ្លូវទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍ឬនៅតាមកន្លែងប្រារព្ធព្រឹត្តិការណ៍នានា។ ការកកស្ទះឬការប្រមូលផ្តុំហួសកម្រិតនៃភ្ញៀវអាចបណ្តាលឲ្យជួបហានិភ័យជាយថាហេតុ។

៤.២. ការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន

(១៧០) ទេសចរណ៍នាំមកនូវទាំងផលប៉ះពាល់វិជ្ជមាននិងអវិជ្ជមាន លើសេដ្ឋកិច្ច សង្គម វប្បធម៌ និងបរិស្ថាន ដែលត្រូវទាមទារការគ្រប់គ្រងត្រឹមត្រូវដើម្បីពង្រីកផលវិជ្ជមាន ដោយកាត់បន្ថយឬលុបបំបាត់ការប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន។ ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានអាច រួមមានការផ្លុះផ្លាយសេដ្ឋកិច្ច ដែលភាគច្រើនបណ្តាលមកពីការនាំចូលដើម្បីផ្គត់ផ្គង់សកម្មភាពទេសចរណ៍ ការចម្លងវប្បធម៌បរទេស គ្រឿងញៀន អាជីវកម្មផ្លូវភេទ ពិសេសលើកុមារ ការជួញដូរមនុស្ស និងការបំពុលបរិស្ថាន។ល។ ជាទូទៅទេសចរណ៍មិនមានតម្រូវការផ្នែកទាំងនេះទេ ប៉ុន្តែក្រោមរូបភាពទេសចរណ៍ សកម្មភាពទាំងនេះអាចត្រូវបានគេប្រព្រឹត្ត។ ដើម្បីទប់ស្កាត់ករណីទាំងនេះ គឺទាមទារប្រព័ន្ធច្បាប់រឹងមាំ និងការអនុវត្តប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ និងកិច្ចសហការពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។

៥- ប្រព័ន្ធច្បាប់និងយន្តការគ្រប់គ្រង

(១៧១) ប្រព័ន្ធច្បាប់និងយន្តការគ្រប់គ្រងអនុវត្ត គឺជាទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រដ៏សំខាន់សម្រាប់ធានានិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍។ កម្ពុជាមានច្បាប់និងបទដ្ឋានគតិយុត្តជាច្រើន ក្នុងនោះច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ ក៏បាននិងកំពុងមានអានុភាពគតិយុត្តក្នុងការអនុវត្ត ដែលប្រព័ន្ធច្បាប់ទាំងនេះបានជួយដល់ការពង្រឹងការគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ឈានទៅសម្រេចចក្ខុវិស័យអនាគត។

(១៧២) យ៉ាងណាក៏ដោយ កម្ពុជាទាមទារនូវបទដ្ឋានគតិយុត្ត និងយន្តការអនុវត្តច្រើនថែមទៀត ដើម្បីឲ្យស្របនឹងទំហំនៃការរីកចម្រើនជាលំដាប់នៃវិស័យទេសចរណ៍។ ជាក់ស្តែងយើងមិនទាន់មានច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍បែបកម្សាន្ត "ផ្សងសំណាង" និងសេវាកម្សាន្តនានានៅឡើយ នៅពេលដែលសេវាកម្មទាំងនេះបាននិងកំពុងរីកលូតលាស់យ៉ាងខ្លាំង។ យើងមិនទាន់មានច្បាប់ស្តីពីសហគមន៍ទេសចរណ៍ ដែលជួយការពារប្រជាជនសហគមន៍ ទប់ទល់ការរំលោភបំពាននានា និងការការពារផលប្រយោជន៍សហគមន៍ដើម្បីការអភិវឌ្ឍយូរអង្វែង។

(១៧៣) យើងមានយន្តការទេសចរណ៍ជាច្រើននៅថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់តំបន់ និងរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ ប៉ុន្តែរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិមិនទាន់មានសកម្មភាពខ្លាំងក្លានៅឡើយ។ យន្តការខ្លះគ្មានសកម្មភាព រីឯខ្លះទៀតមិនរលូននិងមិនទាន់ស៊ីចង្វាក់គ្នា។ កម្ពុជាមានយន្តការ រដ្ឋាភិបាលដែលមានសមត្ថកិច្ចពាក់ព័ន្ធ និងផ្នែកឯកជន ដំណើរការល្អប្រសើរ។ ក្រៅពីនេះយន្តការផ្នែកឯកជនក៏មិនទាន់រឹងមាំ ដែលចាំបាច់ត្រូវពង្រឹងសមាគមទាំងឡាយ នៅក្រោមឆត្រនៃក្រុមការងារទេសចរណ៍ផ្នែកឯកជន។ សេវាកម្មមួយចំនួនមិនទាន់ចងក្រងបានជាសមាគមនៅឡើយ ដូចជា អាកាសចរណ៍ អ្នកលក់ដូរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍។ល។ ដែលត្រូវជំរុញរៀបចំ។

(១៧៤) ប្រការសំខាន់មួយទៀត គឺត្រូវបង្កើតវិទ្យាស្ថានជាតិទេសចរណ៍ ដូចដែលមានចែងក្នុងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។ វិទ្យាស្ថាននេះ គឺជាមជ្ឈមណ្ឌលសិក្សាស្រាវជ្រាវទេសចរណ៍ និងកំណត់អំពីទិសដៅនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាសម្រាប់អនាគត។ ក្រៅពីនេះក៏ទាមទារផងដែរអំពីការកែទម្រង់យន្តការនិងនីតិវិធីអនុវត្តដែលមានស្រាប់ ឲ្យបានសមស្របតាមសភាពការណ៍រីកចម្រើនយ៉ាងរហ័សនៃវិស័យទេសចរណ៍ ក្នុងនោះរួមមាន ការកែទម្រង់រចនាសម្ព័ន្ធការងារហិរញ្ញវត្ថុ និងការពង្រឹងសមត្ថភាពមន្ត្រីរាជការ បុគ្គលិកគ្រប់ជាន់ថ្នាក់។

៦- ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស

(១៧៥) ធនធានមនុស្សជាអាទិភាពយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនិងនិរន្តរភាព។ ដោយការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍ចាប់ពីចំណុចសូន្យ យើងជួបប្រទះបញ្ហាកង្វះខាតធនធានមនុស្សយ៉ាងច្រើនក្នុងវិស័យនេះ បើទោះបីរាជរដ្ឋាភិបាល និងផ្នែកឯកជនរួមគ្នាយ៉ាងសកម្មលើការងារបណ្តុះបណ្តាល ពង្រឹងនិងពង្រីកធនធានមនុស្សក៏ដោយ។ ម្យ៉ាងទៀតការរីកចម្រើននៃវិស័យទេសចរណ៍ គឺកាន់តែមានទំហំធំឡើងជាលំដាប់ ដែលទាមទារពង្រីកទាំងបរិមាណនិងគុណភាពនៃធនធានមនុស្សគ្រប់កម្រិតដើម្បីទ្រទ្រង់ដល់ការអភិវឌ្ឍនេះ។

(១៧៦) បញ្ហាចម្បងនិងចំពោះមុខគឺ កង្វះខាតផ្នែកជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ដែលតម្រូវការផ្នែកនេះរីករហ័សតាមតម្រូវការទេសចរណ៍។ ជាមធ្យមភ្ញៀវ១០នាក់ទាមទារអ្នកជំនាញបម្រើការម្នាក់ ដូច្នេះដើម្បីធានាទទួលភ្ញៀវ៧លាននាក់ ទាមទារការបណ្តុះបណ្តាលអ្នកជំនាញប្រមាណជា៥០ម៉ឺននាក់បន្ថែម ក្នុងនោះការលើកទឹកចិត្តស្ត្រីដែលមានប្រមាណ៥៥%នៃកម្លាំងពលកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។ ដើម្បីក្លាយជាអ្នកជំនាញគឺទាមទារការបណ្តុះបណ្តាលក្នុងរយៈពេលកំណត់មួយ ទាមទារគ្រឹះស្ថានសិក្សា យន្តការ និងរចនាសម្ព័ន្ធសមស្រប។ បច្ចុប្បន្នយើងមិនទាន់មានគ្រឹះស្ថានសិក្សាទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិនៅឡើយ ដែលករណីនេះត្រូវសិក្សារៀបចំបង្កើត និងដំណើរការ(ស្របតាមច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍) ជាមួយនឹងដំណើរការបន្តគាំទ្រគ្រឹះស្ថានសិក្សាផ្នែកឯកជនដែលកំពុងមានសកម្មភាព។ គ្រឹះស្ថានសិក្សារបស់រដ្ឋដើរតួនាទីជាស្នូលក្នុងការជំរុញអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សស្របតាមផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ពិសេសការធ្វើសមាហរណកម្មកម្ពុជាទៅក្នុងតំបន់អាស៊ាននិងពិភពលោក។ ការអនុវត្តតាមកិច្ចព្រមព្រៀងទេសចរណ៍អាស៊ានពិសេស (MRA) ជំរុញយ៉ាងសកម្ម ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស និងបម្លាស់ទីនៃអ្នកជំនាញទេសចរណ៍ក្នុងអាស៊ាននាថ្ងៃអនាគត។ ករណីនេះកម្ពុជាក៏បានរៀបចំរួចហើយនូវយន្តការដើម្បីគ្រប់គ្រងនិងដំណើរការកិច្ចការនេះ។

(១៧៧) ក្រសួងទេសចរណ៍ បាននិងកំពុងសហការជាមួយទីភ្នាក់ងារអភិវឌ្ឍនានា ក្នុងការសិក្សាដើម្បីបង្កើតគ្រឹះស្ថានសិក្សាទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិ ហើយក៏បានទាក់ទាញជំនួយ ក្នុងការបង្កើតសាលាវិជ្ជាជីវៈនៅកម្ពុជា។ តាមការសិក្សាកន្លងមក ក៏បានបង្ហាញពីបញ្ហាចោទនៃថ្លៃសិក្សាខ្ពស់សម្រាប់សិស្សពិសេសសិស្សក្រីក្រ។ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហានេះ គឺត្រូវមានការជួយឧបត្ថម្ភគាំទ្រពីរាជរដ្ឋាភិបាល/...

ដៃគូអភិវឌ្ឍនិងផ្នែកឯកជនតាមរបៀបផ្សេងៗ ដូចជា ការផ្តល់អាហារូបករណ៍ ការបង់ថ្លៃសិក្សាពាក់កណ្តាលសម្រាប់សិស្សក្រីក្រឬការបង្កើតមូលនិធិសិស្ស។

(១៧៨) ធនធានមនុស្សក្នុងក្រសួងទេសចរណ៍(រួមមានមន្ទីរទេសចរណ៍) ត្រូវពង្រឹងនិងពង្រីកបន្ថែមដើម្បីធានាប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រង។ ចំពោះមុខ ត្រូវពង្រឹងសមត្ថភាពជំនាញមន្ត្រីដែលមានស្រាប់និងជ្រើសរើសមន្ត្រីជំនាញវ័យក្មេងបន្ថែមសមស្របតាមទំហំរីកលូតលាស់នៃវិស័យទេសចរណ៍។ ជាយុទ្ធសាស្ត្រយូរអង្វែងត្រូវបណ្តុះបណ្តាលមន្ត្រីគ្រប់គ្រងកម្រិតមធ្យមនិងខ្ពស់ ទាំងក្នុងនិងក្រៅប្រទេសដើម្បីទ្រទ្រង់និងជំរុញឧត្តមភាពនៃការអភិវឌ្ឍ។

(១៧៩) ជាយុទ្ធសាស្ត្រ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព គឺទាមទារកត្តាជាមូលដ្ឋានសំខាន់ពីររួមមាន ការចូលរួមអភិវឌ្ឍពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងការផ្តល់ផលប្រយោជន៍ទេសចរណ៍ប្រកបដោយសមធម៌ជូនគ្រប់ភាគីចូលរួម ពិសេសប្រជាពលរដ្ឋ។ ផ្នែកឯកជនគឺជាដៃគូដ៏សំខាន់របស់រាជរដ្ឋាភិបាល ក្នុងការចូលរួមចំណែកអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ ព្រោះថាផ្នែកឯកជនគឺជាតួអង្គអាទិភាពនៅក្នុងប្រតិបត្តិការឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ និងជំរុញការរីកលូតលាស់នៃវិស័យនេះ។ រាជរដ្ឋាភិបាលប្រកាន់ខ្ជាប់ គោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ដោយអនុញ្ញាតគាំទ្រឲ្យវិស័យឯកជនបំពេញតួនាទីពេញលេញ និងសកម្មក្នុងការរួមចំណែកអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ និងទទួលផលសមស្របពីវិស័យនេះ។ ផ្នែកឯកជន គឺជាប្រតិបត្តិករអាជីវកម្ម សេវាកម្មទេសចរណ៍ទាំងអស់ស្ថិតនៅក្រោមច្បាប់ជាធរមាន។ ផ្នែកឯកជនចូលរួមគ្រប់សកម្មភាពទេសចរណ៍ និងជាប្រភពវិនិយោគយ៉ាងធំបំផុតក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍។ រាជរដ្ឋាភិបាលជំរុញបន្តយ៉ាងសកម្មភាពជាដៃគូ ជាមួយផ្នែកឯកជនតាមរយៈក្រុមការងាររដ្ឋនិងផ្នែកឯកជន ក្នុងនោះរួមមានផងដែរក្រុមការងារវិស័យទេសចរណ៍។

VII. ផែនការនិងវិធានការជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ " មាសបៃតង "

(១៨០) ដោយផ្អែកលើស្ថានភាព និន្នាការទេសចរណ៍ ភាពខ្លាំង បញ្ហាប្រឈម និងដើម្បីឈានទៅសម្រេចចក្ខុវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ " ជាមាសបៃតង " រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញនូវវិធានការ គោលនយោបាយសម្រាប់ជំរុញសកម្មភាពទេសចរណ៍ជាបន្តបន្ទាប់ និងអនុវត្តប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ។ វិធានការខាងក្រោមនេះ គឺជាឆន្ទៈនយោបាយបន្ថែមថ្មីទៀត ដើម្បីជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាស្របតាមទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រដែលបានកំណត់។ ការអនុវត្តវិធានការនៃយុទ្ធសាស្ត្រនេះត្រូវផ្អែកលើអភិក្រមពីរគឺ (១)សម្រាប់រយៈពេលខ្លី(២០១២-២០១៥) ដោយត្រូវខិតខំដើម្បីទទួលផលទេសចរណ៍ភ្លាមៗ និង(២) សម្រាប់រយៈពេលមធ្យមនិងរយៈពេលវែង ដើម្បីនិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍យូរអង្វែង។ ការអនុវត្ត គឺចាំបាច់ទាមទារនូវការចូលរួមយ៉ាងសកម្មពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងផ្នែកសាធារណៈ ផ្នែកឯកជន ប្រជាពលរដ្ឋ និងដៃគូអភិវឌ្ឍ ក្រោមការដឹកនាំរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល។

១- ផែនការនិងវិធានការជំរុញអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍

ក. រយៈពេលខ្លី

(១៨១) ពង្រឹងនិងលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍

- គ្រប់រាជធានី ខេត្ត ត្រូវពង្រឹងការរៀបចំគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ ផលិតផល សេវាទេសចរណ៍ ដោយការសិក្សាអំពីតម្រូវការនិងការផ្គត់ផ្គង់ និងការរៀបចំយន្តការគ្រប់គ្រងនៅនឹងកន្លែងផ្ទាល់ ដោយមានការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។
- ផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តបន្ថែមដល់ប្រជាពលរដ្ឋ ពិសេស សហគមន៍មូលដ្ឋានឲ្យចូលរួមក្នុងសកម្មភាព និងទទួលផលទេសចរណ៍ ដូចជាការពង្រឹងនិងពង្រីកសហគមន៍ទេសចរណ៍ផ្តល់ឱកាសការងារ ផលិត និងលក់ផលិតផលផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍ ដើម្បីទប់ស្កាត់ការធ្វើចំណាកស្រុកមករកការងារធ្វើនៅកន្លែងផ្សេងៗ និងរក្សាការពារសម្បត្តិវប្បធម៌ និងធនធានធម្មជាតិនៅតាមតំបន់សហគមន៍នីមួយៗផងដែរ។
- ជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំង "ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ" និងបំផុសគំនិត និងជំរុញការអនុវត្តឆ្ពោះទៅរក " ភាពបៃតង " ការដាំដើមឈើ ភាពស្អាត និងអនាម័យដោយអនុវត្តស្របតាមប្រព័ន្ធស្តង់ដាទីក្រុងស្អាតនិងយន្តការគណៈកម្មការសមស្រប។
- តាមដងផ្លូវ ទីប្រជុំជន គោលដៅទេសចរណ៍ ត្រូវស្អាត មានសោភណភាព ពិសេសភាពបៃតង និងការរៀបចំរបៀបរៀបរយ និងសណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ។
- ជំរុញបន្ថែមសកម្មភាពនៃការអនុវត្តស្តង់ដាទេសចរណ៍ ដើម្បីលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍។ ផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តជូនរង្វាន់ដល់បុគ្គលឬមូលដ្ឋានដែលមានស្នាដៃល្អ។ ដាក់ពិន័យ(ស្របតាមច្បាប់) ដល់អ្នកប្រព្រឹត្តល្មើស។

(១៨២) ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍

- ត្រូវពង្រីកនិងបង្កើតផលិតផលទេសចរណ៍បន្ថែមស្របតាមផែនការ និងតម្រូវការទេសចរណ៍ពិសេស ការភ្ជាប់ជាមួយគោលដៅទេសចរណ៍ដែលបាននិងកំពុងរីកចម្រើន។
- ក្រសួងទេសចរណ៍និងរដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍ស៊ីវិល ត្រូវជំរុញសហការជាមួយអាកាសចរណ៍ជាតិ ឬក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍នានា ក្នុងការបង្កើនការហោះហើរតភ្ជាប់អង្គរជាមួយខេត្តព្រះសីហនុនិងតំបន់ឆ្នេរកម្ពុជា។
- ក្រសួងទេសចរណ៍ ត្រូវសហការជាមួយក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ផ្នែកឯកជននិងដៃគូអភិវឌ្ឍក្នុងការជំរុញអនុវត្តយុទ្ធសាស្រ្ត ភ្ជាប់អង្គរជាមួយតំបន់នានា ស្របតាមទិសដៅយុទ្ធសាស្រ្តដែលបានកំណត់។
- ពង្រឹងនិងពង្រីកគោលដៅអេកូទេសចរណ៍ និងសហគមន៍ទេសចរណ៍នៅជុំវិញបឹងទន្លេសាបពិសេសនៅចុងឃ្នៀស កំពង់ភ្លុក កំពង់ឃ្លាំង ព្រែកទ័ល។ល។ និងការបង្កើតសហគមន៍ផ្សេងៗទៀតនៅតំបន់នេះ។ ត្រូវដោះស្រាយបញ្ហាអសកម្មនានានៅតំបន់ចុងឃ្នៀស។
- កៀរគរជំនួយអភិវឌ្ឍពីដៃគូអភិវឌ្ឍនានាដើម្បីការអភិវឌ្ឍ និងគាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ សម្បទាទេសចរណ៍ និងធនធានមនុស្ស។
- ត្រូវបង្កើតសាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ សាកលវិទ្យាល័យ និងវិទ្យាស្ថានជាតិទេសចរណ៍ ដើម្បីលើកកម្ពស់សមត្ថភាពធនធានមនុស្សនិងការសិក្សាស្រាវជ្រាវដើម្បីអភិវឌ្ឍ។

- ត្រួតពិនិត្យនិងជំរុញគម្រោងវិនិយោគទេសចរណ៍ដែលបានទទួលការអនុញ្ញាត។

(១៨៣) ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រ

- ត្រូវជំរុញការថែទាំ និងបន្តពង្រីកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រទេសចរណ៍នានា ដូចជា ផ្លូវ(ពិសេសផ្លូវទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍) កំពង់ផែ(ពិសេសតំបន់ឆ្នេរ) គម្រោងស្ថានីយព្រលានយន្តហោះ ឬវាលយន្តហោះ ប្រព័ន្ធទឹកស្អាត អគ្គិសនី ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងកាកសំណល់រឹងនិងរាវ និងប្រព័ន្ធទូរគមនាគមន៍។
- ត្រូវដោះស្រាយបញ្ហាកកស្ទះចរាចរណ៍ក្នុងតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍ ពិសេសការតភ្ជាប់ទៅកាន់ច្រកចូល សំខាន់ៗ ដូចជា ព្រលានយន្តហោះ កំពង់ផែ។ល។

(១៨៤) ជំរុញការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានខ្នាតតូចដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍៖

- ក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ពិសេសស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុនានា ត្រូវបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលនិងលើកទឹកចិត្តក្នុងការផ្តល់ឥណទានការប្រាក់ទាបសមស្របដល់ប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍ និងប្រជាសហគមន៍ទេសចរណ៍ ក្នុងការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ និងអាជីវកម្មសេវាកម្មទេសចរណ៍។

ខ. រយៈពេលមធ្យមនិងវែង

(១៨៥) លើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ ឲ្យដល់កម្រិតស្តង់ដាអន្តរជាតិ និងធ្វើឲ្យកម្ពុជាក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោក។

- គ្រប់ផលិតផល សេវាទេសចរណ៍ ត្រូវមានស្តង់ដាជាតិនិងការទទួលស្គាល់ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ។
- ត្រូវទាក់ទាញការវិនិយោគ និងការផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍កម្រិតពិភពលោក ដូចជា បណ្តាញសណ្ឋាគារល្បីៗ រមណីយដ្ឋាន ឬក្លឹបទេសចរណ៍ធំៗលើពិភពលោក។
- ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ត្រូវមានសមត្ថភាពខ្ពស់ទាំងចំណេះដឹងទូទៅ ជំនាញ និងផ្នែកភាសា។ គ្រឹះស្ថានសិក្សាទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិត្រូវបង្កើត និងត្រូវដើរតួនាទីជាស្នូលដោយរួមជាមួយគ្រឹះស្ថានឯកជននានាក្នុងការសម្រេចចក្ខុវិស័យនេះ។

(១៨៦) ជំរុញការវិនិយោគទាំងសាធារណៈ និងឯកជនក្នុងការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រ៖

- សាងសង់និងពង្រីកផ្លូវក្នុងទីប្រជុំជន(តំបន់ប្រមូលផ្តុំទេសចរណ៍) ផ្លូវទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍នានា រួមមានគោលដៅទេសចរណ៍នៅតាមតំបន់ក្បែរព្រំដែន។
- រាជធានី ខេត្ត ត្រូវជំរុញរៀបចំការកសាងផែនការគោល ផែនការប្រើប្រាស់ដីធ្លី និងផែនការពាក់ព័ន្ធនានា ដើម្បីជំរុញការអភិវឌ្ឍ។
- សិក្សានិងរៀបចំគម្រោងស្ថាបនា ឬស្ថានីយព្រលានយន្តហោះឬវាលយន្តហោះ កំពង់ផែ ប្រព័ន្ធផ្គត់ផ្គង់ថាមពល ទឹកស្អាត ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងកាកសំណល់រឹងនិងរាវ បន្ថែមទៅតាមនិន្នាការរីកចម្រើនទេសចរណ៍ស្របតាមទិសដៅនៃយុទ្ធសាស្ត្រ។

- ជាអាទិភាព ត្រូវសិក្សារៀបចំការកសាងព្រលានយន្តហោះកម្រិតអន្តរជាតិធំមួយនៅរាជធានីភ្នំពេញ(កម្រិតផ្ទុកប្រមាណ១០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ)។
- អភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរកម្ពុជាឲ្យដល់កម្រិតទទួលស្គាល់ជាអន្តរជាតិ ដោយត្រូវមានផែនការមេ និងការគាំទ្រផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសមស្រប។ ប្រែក្លាយតំបន់ឆ្នេរជាប៉ូលទេសចរណ៍ធំ បន្ទាប់ពីអង្គរ និងរាជធានីភ្នំពេញ។
- ត្រូវជំរុញការទាក់ទាញវិនិយោគលើការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការអនាគត។ តាមការសិក្សាឆ្នាំ២០១៥ ទៅឆ្នាំ២០២០ បង្ហាញថាកម្ពុជាត្រូវការសណ្ឋាគារប្រមាណ៣ម៉ឺនទៅ៥ម៉ឺនបន្ទប់(ឆ្នាំ២០១០ យើងមានប្រមាណ២ម៉ឺនបន្ទប់)។

(១៨៧) ត្រូវប្រែក្លាយវិស័យទេសចរណ៍ ទៅជាវិស័យនាំចេញនៅនឹងកន្លែងយ៉ាងសំខាន់សម្រាប់ជួយរួមចំណែកជំរុញការអនុវត្តគោលនយោបាយនាំចេញរបស់កម្ពុជា ពិសេសសិក្សាបន្ថែមការនាំចេញអង្ករ ផលិតផលកសិកម្ម និងសម្លៀកបំពាក់៖

- ចំពោះអង្ករ តាមការសិក្សាភ្ញៀវម្នាក់ជាមធ្យមទទួលទានបាយអស់ប្រមាណ១,៥ទៅ ២គីឡូក្រាម(អង្ករ) ក្នុងរយៈពេលទស្សនាជាមធ្យម៦,៥ថ្ងៃ។ ដូច្នេះចាប់ពីឆ្នាំ២០១៥ទៅ ក្នុងមួយឆ្នាំៗតម្រូវការអង្ករសម្រាប់ភ្ញៀវអន្តរជាតិមកទស្សនាកម្ពុជា គឺប្រមាណជាង១០លានគីឡូក្រាមអង្ករដែលរួមចំណែកក្នុងការអនុវត្តផែនការនាំចេញអង្កររបស់កម្ពុជា១លានតោនក្នុងឆ្នាំ២០១៥។ ក្រៅពីអង្ករ នៅមានបន្លែ ផ្លែឈើ ត្រី សាច់ ស៊ុត។ល។ ដែលអាចផ្គត់ផ្គង់ទីផ្សារទេសចរណ៍នៅនឹងកន្លែង(ក្នុងប្រទេស) ដោយបន្ថែមលើការនាំចេញ។
- ចំពោះសម្លៀកបំពាក់ វិស័យទេសចរណ៍នាំភ្ញៀវបរទេសមកកម្ពុជាគ្រោងប្រមាណជាង៤,៥លាននាក់ក្នុង១ឆ្នាំ(២០១៥) ហើយអាចកើនដល់៧លាននាក់នៅឆ្នាំ២០២០ដែលនេះជា ប្រភពទីផ្សារដ៏ធំ។ តាមការសិក្សាទេសចរម្នាក់ចំណាយជាមធ្យម២០%(ប្រមាណ១០០ដុល្លារ) នៃការចំណាយសរុបសម្រាប់ទិញទំនិញ ឬវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ដែលក្នុងនោះរួមមានសម្លៀកបំពាក់។ ដូច្នេះ បើភ្ញៀវម្នាក់ទិញសម្លៀកបំពាក់មួយសម្រាប់ នោះនឹងត្រូវមានសម្លៀកបំពាក់ប្រមាណពី៤,៥លានទៅ៧លានសម្រាប់ ត្រូវបានលក់ឲ្យភ្ញៀវបរទេសនៅក្នុងស្រុក បន្ថែមលើការនាំចេញ។ ករណីនេះ នឹងជំរុញបន្ថែមឧស្សាហកម្មកាត់ដេរ ពិសេសជួយដល់កម្មករនិងសង្គមទាំងមូល។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏យើងត្រូវពិនិត្យសិក្សា និងកែសម្រួលបទដ្ឋានគតិយុត្តមួយចំនួន ដើម្បីអនុញ្ញាតឲ្យការផលិត អាចលក់ក្នុងស្រុកបានសម្រាប់ទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិ (មិនមែនលក់សម្រាប់អ្នកក្នុងស្រុកទេ)។ យ៉ាងណាក៏ដោយករណីនេះទាមទារការសិក្សាឲ្យបានម៉ត់ចត់។

២- ផែនការនិងវិធានការទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍

(១៨៨) **ក. រយៈពេលខ្លី**

- បន្តជំរុញយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ "កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ" ទាំងក្នុងនិងក្រៅប្រទេស។

- ត្រូវកំណត់ទីផ្សារអាទិភាពសម្រាប់កម្ពុជា ដោយត្រូវសិក្សាអំពីតម្រូវការ និងនិន្នាការរីកចម្រើននៃវិស័យទេសចរណ៍។
- ត្រូវចាប់យកទីផ្សារអាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក ក្នុងនោះសំខាន់គឺ ប្រទេសជិតខាងក្នុងតំបន់ទីផ្សារអាស៊ាន ទីផ្សារចិន កូរ៉េ និងជប៉ុន។
- ត្រូវជំរុញទីផ្សារឥណ្ឌា មជ្ឈិមបូព៌ា និងទីផ្សាររុស្ស៊ី។
- ត្រូវជំរុញទាក់ទាញភ្ញៀវពីទីផ្សារអឺរ៉ុប ពិសេសស្របពេលដែលអាកាសចរណ៍បារាំង និងអាកាសចរណ៍ ផ្សេងៗទៀតហោះត្រង់មកកម្ពុជា។
- ទីផ្សារអាមេរិក ទោះបីទទួលរងវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចក៏ដោយ ក៏ទីផ្សារនេះសំខាន់ និងមានចំណែកបង្គួរ ក្នុងចំនួនភ្ញៀវសរុបមកកម្ពុជា។ ទីផ្សារអាមេរិកស្ទុះឡើងវិញក្រោយដំណាក់កាលវិបត្តិ។
- ត្រូវជំរុញទាក់ទាញនិងបំផុសគំនិតមកទស្សនាមាតុភូមិរបស់បងប្អូនខ្មែររស់នៅបរទេស។ ទីផ្សារនេះផ្តល់ផលសេដ្ឋកិច្ចប្រសើរណាស់តាមរយៈការនាំមកឲ្យកម្ពុជា នូវរូបិយបណ្ណបរទេស និងធនធានចំណេះដឹង។ ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយក្រសួងការបរទេសនិងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិជំរុញសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយចូលជ្រៅក្នុងសហគមន៍ខ្មែរនៅបរទេស ហើយតាមរយៈនេះ យើងក៏អាចទាក់ទាញទេសចរបរទេសផងដែរ។
- ស្ថានទូត ស្ថានកុងស៊ុលកម្ពុជានៅបរទេស គឺជាកន្លែងសម្រាប់ផ្តល់ព័ត៌មាន និងជួយជំរុញសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍។ ស្ថានតំណាងពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវបន្តជំរុញទាក់ទាញទេសចរ និងអ្នកវិនិយោគឲ្យសកម្មថែមទៀត។
- ក្រសួងទេសចរណ៍ត្រូវពិនិត្យនិងកែសម្រួលស្ថានតំណាងទេសចរណ៍ឯកជននៅបរទេស ដោយត្រូវជំរុញស្ថានតំណាងដែលមានស្រាប់ឲ្យសកម្មឡើង និងរៀបចំចាត់ចែងស្ថានតំណាងបន្ថែមទៀត នៅតាមទីផ្សារទេសចរណ៍នីមួយៗ។
- ជំរុញកៀរគរការចូលរួមការងារទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយពីផ្នែកឯកជន ដៃគូអភិវឌ្ឍ និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ក្នុងនោះយន្តការកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរដ្ឋនិងឯកជន ត្រូវបន្តពង្រឹងនិងពង្រីក។
- ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាដែលចូលរួមគ្នារវាងស្ថាប័នរដ្ឋនិងផ្នែកឯកជនត្រូវបង្កើតឡើងនិងដំណើរការដូចមានចែងក្នុងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។
- ជំរុញការផលិតនិងចែកផ្សាយសម្ភារៈឯកសារផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ច្រើនប្រភេទ និងច្រើនភាសា(ទីផ្សារអាទិភាព)។ ការផ្សព្វផ្សាយត្រូវចូលជ្រៅដល់ក្នុងទីផ្សារ ដោយមានការសិក្សាវិភាគទីផ្សារច្បាស់លាស់។
- ជំរុញសកម្មភាពនិងលើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាព រៀបចំផែនការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន។
- ជំរុញបន្ថែមការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក តាមរយៈមណ្ឌលព័ត៌មានដែលមានស្រាប់ការរៀបចំស្ថាបនាបណ្តាញនិងមណ្ឌលព័ត៌មានថ្មីៗបន្ថែម ការដាក់តំណាងទេសចរណ៍នៅតាមច្រកទ្វារព្រំដែន និងការផលិតសម្ភារៈឯកសារផ្សព្វផ្សាយសម្រាប់ទេសចរក្នុងស្រុក។

- សហការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ វប្បធម៌ កីឡា ដើម្បីជំរុញសមត្ថភាពទេសចរណ៍ទាំងជាតិនិងអន្តរជាតិ។
- ជំរុញផ្សព្វផ្សាយទាក់ទាញប្រភេទទេសចរណ៍ MICE នៅកម្ពុជា។

(១៨៩) **ខ. រយៈពេលមធ្យមនិងវែង**

- រៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍សម្រាប់រយៈពេលមធ្យមនិងវែង នៅតាមទីផ្សារអាទិភាពនីមួយៗ។
- បង្កើនសមត្ថភាពនិងប្រសិទ្ធភាពនៃក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ដែលជាយន្តការទីផ្សារដ៏មានឥទ្ធិពលសម្រាប់អនាគត នៃការលើកកម្ពស់កម្លាំងប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិ។
- បន្តជំរុញការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សបម្រើឲ្យការងារទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍។
- រៀបចំផែនការដាក់ស្ថានតំណាងទេសចរណ៍នៅតាមទីផ្សារអាទិភាពសំខាន់ៗ ពង្រឹងនិងពង្រីកសកម្មភាពស្ថានតំណាងទាំងនេះ។

៣- ផែនការ និងវិធានការពាក់ព័ន្ធដល់ការតភ្ជាប់ និងការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍

(១៩០) **ក. រយៈពេលខ្លី**

- ជំរុញការដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនានា ដើម្បីសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ និងការពង្រីកការតភ្ជាប់កម្ពុជា ជាមួយតំបន់ និងពិភពលោក។
- ក្រសួងទេសចរណ៍ និងរដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍ស៊ីវិល ត្រូវជំរុញកិច្ចសហការជាមួយប្រទេសក្នុងអាស៊ានបន្ថែមទៀតក្នុងការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាស ក្នុងនោះសម្រេចឲ្យបានការហោះហើរត្រង់មកកម្ពុជា ពីឥណ្ឌូនេស៊ី ហ្វីលីពីន ប្រ៊ុយណេ និងការបង្កើនការហោះហើរច្រើនថែមទៀតមកពីក្នុងតំបន់។ បង្កើនការហោះហើរបន្ថែមពីប្រទេសចិន កូរ៉េ សិង្ហបុរី។ល។ ជំរុញទាក់ទាញ ឲ្យមានការហោះហើរត្រង់មកពីប្រទេសជប៉ុន រុស្ស៊ី ឥណ្ឌា និងអារ៉ាប់។
- ជំរុញដំណើរការយ៉ាងសកម្មនៃអាកាសយានដ្ឋានខេត្តព្រះសីហនុ ទាំងការហោះហើរក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ(ថ្ងៃអនាគត) ដោយសហការជាមួយក្រុមហ៊ុនសម្បទានព្រលានយន្តហោះ (SCA) ពិនិត្យនិងសម្រួលផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តនានាដល់ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍។
- ពង្រឹងសមត្ថភាពអាកាសចរណ៍ជាតិទាំងបរិមាណ គុណភាព និងប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាព ដើម្បីប្រតិបត្តិការក្នុងស្រុកនិងទៅកាន់អន្តរជាតិ។
- បន្តគោលនយោបាយបើកចំហជើងមេឃ ដោយអនុញ្ញាតឲ្យមាន [illegible] នានា ដំណើរការនៅកម្ពុជា ទាំងលក្ខណៈក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ។ [illegible] ទឹកចិត្តនានា ត្រូវពិនិត្យពិចារណាដើម្បីសម្រេចគោលដៅនេះ។

- ជំរុញជាប្រចាំ ការអនុវត្តគោលនយោបាយបើកទូលាយ ផ្លូវគោក និងផ្លូវទឹក ពិសេស ការបន្តអនុវត្តគោលនយោបាយលើកទឹកចិត្តការចូលមកដល់នៃនាវាទេសចរណ៍ធំៗ។
- ជំរុញលើកទឹកចិត្ត និងទាក់ទាញការហោះហើរចូលមកកម្ពុជានៃអាកាសចរណ៍ "ថ្លៃទាប" "Low Cost Airlines " ពិសេស ប្រតិបត្តិការទៅកាន់គោលដៅថ្មីៗ ដូចជា ខេត្តព្រះសីហនុ។
- បន្តជំរុញអនុវត្តពិធីសារនិងកិច្ចព្រមព្រៀងនានាជាមួយប្រទេសក្នុងតំបន់ និងអន្តរជាតិ ដើម្បីសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ ពិសេសជាមួយប្រទេសជាប់ព្រំដែន។
- ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ពិសេសអគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករក្នុងការសម្រួលបែបបទ ដើម្បីអនុញ្ញាតឲ្យរថយន្តទេសចរគ្រប់ប្រភេទ(រួមមានរថយន្តលក្ខណ:គ្រួសារ) អាចចេញចូលបាននិងងាយស្រួល។ ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូន ត្រូវរៀបចំបន្ថែមស្លាកសញ្ញាចរាចរណ៍ ស្លាកសញ្ញាផ្តល់ព័ត៌មាននានា(មានជាភាសាអន្តរជាតិ) ដើម្បីបង្កលក្ខណ:ងាយស្រួលដល់ការធ្វើដំណើរ។
- នៅតាមដងផ្លូវជាតិសំខាន់ៗត្រូវរៀបចំ ចំណតទេសចរណ៍ កន្លែងទស្សនាទេសភាពដែលនៅទីនោះអាចជាកន្លែងឈប់សម្រាកស្រស់ស្រូបអាហារ និងការទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ដែលផលិត និងលក់ដោយប្រជាជនសហគមន៍មូលដ្ឋាន។
- បន្តស្ថាបនាសម្រួលផ្លូវតភ្ជាប់ពីច្រកព្រំដែនឬពីផ្លូវជាតិទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍ និងសហគមន៍ទេសចរណ៍ដើម្បីនាំទេសចរទៅដល់គោលដៅ។
- ច្រកព្រំដែនទាំងអស់ត្រូវស្អាត មានរបៀប សណ្តាប់ធ្នាប់ និងមានសម្បទាសមរម្យ ទាំងកន្លែងបម្រើការងារ និងកន្លែងផ្តល់សេវាទេសចរណ៍ ដូចជាអគារអ្នកដំណើរ ចំណតយានយន្ត។ល។ ត្រូវលុបបំបាត់ឲ្យអស់បញ្ហាអសកម្មនានា ស្តីពីការដណ្តើមភ្ញៀវគ្នា ការបន្លំ ឬការកេងប្រវ័ញ្ចនានាចំពោះភ្ញៀវ។ ទន្ទឹមនឹងនោះត្រូវបង្កើនការអប់រំ លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងទេសចរណ៍ បដិសណ្ឋារកិច្ច រួសរាយរាក់ទាក់ដោយការញញឹម និងការផ្តល់ភាពកក់ក្តៅជូនភ្ញៀវចាប់ពីពេលភ្ញៀវមកដល់ច្រកទ្វារព្រំដែន។ ច្រកព្រំដែនក៏ត្រូវពិនិត្យសិក្សាក្នុងការបើកនិងអភិវឌ្ឍបន្ថែម ឬដំឡើងពីច្រកទ្វារព្រំដែនទៅជាច្រកទ្វារអន្តរជាតិ។ កិច្ចការទាំងនេះត្រូវទទួលដឹកនាំអនុវត្តដោយគណ:កម្មការអន្តរក្រសួង ដើម្បីសម្រួលការធ្វើដំណើរនិងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍។
- ទិដ្ឋាការ គឺត្រូវបន្តអនុវត្តគោលនយោបាយផ្តល់ទិដ្ឋាការពេលមកដល់។ ទិដ្ឋាការត្រូវផ្តល់នៅតាមស្ថានទូតឬស្ថានកុងស៊ុលកម្ពុជានៅបរទេស ហើយក៏ត្រូវបានផ្តល់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិចផងដែរ។ ក្រសួងទេសចរណ៍និងក្រសួងការបរទេសនិងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ ត្រូវសហការជំរុញការរៀបចំនិងអនុវត្តទិដ្ឋាការទោលជាមួយប្រទេសមួយចំនួនក្នុងតំបន់ដើម្បីទាក់ទាញទេសចរអន្តរជាតិដែលបានមកដល់ប្រទេសទាំងនោះហើយ។
- គោលនយោបាយលើកលែងទិដ្ឋាការត្រូវអនុវត្តបន្ត។ ត្រូវពិនិត្យនិងសិក្សាការលើកលែងទិដ្ឋាការក្នុងក្របខ័ណ្ឌអាស៊ាន បន្ទាប់មកឆ្ពោះទៅ អាស៊ាន+៣ (ចិន ជប៉ុន កូរ៉េ) និងទីផ្សារអាទិភាពមួយចំនួន។ គួរពិចារណាលើកលែងទិដ្ឋាការទីផ្សារបារាំង ស្របពេលដែលអាកាសចរណ៍បារាំងហោះត្រង់មកកម្ពុជា ឬភ្ញៀវអឺរ៉ុបផ្សេងទៀតធ្វើដំណើរតាមអាកាសចរណ៍បារាំង។

- សិក្សាការយកថ្លៃទិដ្ឋាការតែ៥០% សម្រាប់ភ្ញៀវអន្តរជាតិ ដែលបាននិងកំពុងទស្សនាប្រទេសជិតខាងកម្ពុជា ហើយបន្តមកទស្សនាកម្ពុជាថែមទៀត។ គោលនយោបាយនេះនឹងអាចទាក់ទាញទេសចរចូលកម្ពុជាបន្ថែមពីក្នុងចំណោមភ្ញៀវដែលបានមកដល់ប្រទេសវៀតណាម ឡាវ និងថៃសរុបប្រមាណជាង១០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។
- ជំរុញការអនុវត្តឲ្យបានជោគជ័យថែមទៀត គោលនយោបាយអនុញ្ញាតឲ្យប្រើប្រាស់បណ្ណព្រំដែន សម្រាប់ប្រជាជននៅបណ្ដាខេត្តជាប់ព្រំដែននៃប្រទេសជិតខាងចូលទស្សនាកម្ពុជា។
- ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ ជំរុញការទស្សនាតាមផ្លូវទឹក ទាំងតាមដងទន្លេមេគង្គនិងច្រកសមុទ្រ ដែលមាននាវាទេសចរណ៍ធំៗចូលចតនិងទស្សនា។ ភ្ញៀវចូលតាមនាវាសមុទ្រ(រយៈពេលខ្លី) ត្រូវលើកទឹកចិត្តដោយកាត់បន្ថយថ្លៃទិដ្ឋាការ៥០%។ ក្រៅពីនេះក្រសួងទេសចរណ៍ ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូនសហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ជំរុញការកសាងកំពង់ផែទេសចរណ៍បន្ថែមនៅតំបន់ឆ្នេរពិសេសក្នុងខេត្តកំពត ដើម្បីតភ្ជាប់តាមផ្លូវទឹកជាមួយភាគខាងត្បូងប្រទេសវៀតណាម។

(១៩១) **ខ. រយៈពេលមធ្យមនិងវែង**

- ត្រូវសិក្សាលទ្ធភាពពង្រីកសមត្ថភាពព្រលានយន្តហោះរបស់កម្ពុជា ទាំងភ្នំពេញ និងខេត្តព្រះសីហនុ ដើម្បីទាក់ទាញការហោះហើរត្រង់របស់អាកាសចរណ៍ធំៗលើពិភពលោក។ សិក្សាលទ្ធភាពនៃការស្ថាបនាព្រលានយន្តហោះអន្តរជាតិថ្មីនៅភ្នំពេញ ដែលមានសមត្ថភាពផ្ទុកប្រមាណ១០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។ ម្យ៉ាងទៀតត្រូវជំរុញការស្តារនិងកសាងព្រលានឬវាលយន្តហោះនៅខេត្តព្រះវិហារ បាត់ដំបង កោះកុង ក្រចេះ និងរតនគិរី។ល។ ដើម្បីតភ្ជាប់និងជំរុញសកម្មភាពទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង។
- ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូន ក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ និងរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិរាជធានី ខេត្ត ត្រូវរួមសហការដើម្បីកែលម្អនិងស្ថាបនាប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ដូចជា ផ្លូវ ប្រព័ន្ធទឹក អគ្គិសនី កំពង់ផែ ប្រព័ន្ធសម្អាតសំណល់រឹង រាវ ប្រព័ន្ធទូរគមនាគមន៍។ល។ ដើម្បីគាំទ្រនិងជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ ការដោះស្រាយបញ្ហាគ្រោះថ្នាក់ចរាចរណ៍ ស្ទះចរាចរណ៍ និងសណ្តាប់ធ្នាប់សង្គម របៀបរៀបរយសាធារណៈគឺជាប្រការសំខាន់។
- គ្រប់ច្រកទ្វារអន្តរជាតិទាំងអស់ ត្រូវមានសម្ភារៈសម្បទាទេសចរណ៍គ្រប់គ្រាន់ និងមានស្តង់ដាទទួលស្គាល់ជាអន្តរជាតិ។ ការគ្រប់គ្រងសណ្តាប់ធ្នាប់របៀបរៀបរយ ត្រូវធានា ពេញលេញល្អ និងគ្មានបញ្ហាអសកម្ម។ ការគ្រប់គ្រងត្រួតពិនិត្យ ត្រូវប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានទំនើបទាន់សម័យនិងមានយន្តការគ្រប់គ្រងកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។
- ការលើកលែងទិដ្ឋាការ អាចនឹងត្រូវពិចារណា ហើយការប្រើប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាត្រួតពិនិត្យព្រំដែនកាន់តែត្រូវបានជំរុញទូលំទូលាយ ពិសេសចាប់ពីឆ្នាំ២០១៥តទៅ។

- ការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស ផ្លូវទឹក និងផ្លូវគោកកាន់តែមានសកម្មភាពប្រទាក់ក្រឡាគ្នា និងសកម្មឡើង ដែលករណីនេះទាមទារគ្រប់ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ រៀបចំប្រព័ន្ធច្បាប់គ្រប់គ្រង ផែនការអភិវឌ្ឍ និងយន្តការអនុវត្តម៉ត់ចត់ ដើម្បីធានាប្រសិទ្ធភាពនិងនិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍ។

៤- ផែនការនិងវិធានការពង្រឹងសន្តិសុខ សុវត្ថិភាពភ្ញៀវ

(១៩២) **ក. រយៈពេលខ្លី**

- គោលនយោបាយភូមិ ឃុំមានសុវត្ថិភាពរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ត្រូវបន្តអនុវត្តឲ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។ បន្តពង្រឹងប្រព័ន្ធសន្តិសុខ សុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ និងពង្រីកប្រព័ន្ធនេះបន្ថែមទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីៗថែមទៀត ពិសេសពេលរាត្រី និងតាមព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍នានា។
- ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយក្រសួងសុខាភិបាលនិងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធរៀបចំពង្រឹងនិងពង្រីកប្រព័ន្ធសុខាភិបាលទៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ តាំងពីថ្នាក់ជាតិរហូតដល់មូលដ្ឋានសហគមន៍ទេសចរណ៍។ ប្រើប្រាស់យន្តការនិងមូលដ្ឋានសម្ភារៈដែលមានស្រាប់ ដូចជាមណ្ឌលសុខភាព មន្ទីរព្យាបាល មន្ទីរពេទ្យ។ល។ ដោយបញ្ចូលផ្នែកសង្គ្រោះបន្ទាន់ឬបឋមក្នុងករណី ភ្ញៀវមានគ្រោះថ្នាក់ និងរៀបចំយន្តការចាត់ចែងសមស្របទាន់ពេលវេលា។
- បណ្តុះបណ្តាលរបៀបសង្គ្រោះបន្ទាន់ដល់គ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធបម្រើទេសចរណ៍ដូចជា ប្រជា-សហគមន៍ទេសចរណ៍ មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ក្រុមដឹកជញ្ជូនភ្ញៀវ នគរបាលទេសចរណ៍ ឆ្មាំឆ្នេរ។ល។
- បំពាក់ឧបករណ៍ សម្ភារៈ និងមធ្យោបាយសមស្របដើម្បីការជួយសង្គ្រោះបន្ទាន់និងការចាត់ចែងបន្តក្នុងករណីភ្ញៀវជួបគ្រោះថ្នាក់។
- ពង្រឹងនិងពង្រីកបន្ថែមសមត្ថកិច្ចនគរបាល ពិសេសនគរបាលទេសចរណ៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ ចាប់ពីច្រកទ្វារព្រំដែនរហូតដល់ផ្ទៃក្នុងប្រទេសនៃតំបន់ទេសចរណ៍។
- អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ ត្រូវសហការគ្នាចាត់វិធានការលុបបំបាត់ភាពអនាធិប-តេយ្យនៃការដឹកជញ្ជូនភ្ញៀវ ដណ្តើមភ្ញៀវ និងការកេងប្រវ័ញ្ចនានាចំពោះភ្ញៀវ។ ត្រូវរៀបចំការគ្រប់គ្រងមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនទាំងអស់ និងអត្តសញ្ញាណនៃម្ចាស់ឬអ្នកបើកបរ និងអនុវត្តច្បាប់មុឹងម៉ាត់ចំពោះជនប្រព្រឹត្តល្មើស។
- ពង្រឹងសុវត្ថិភាពភ្ញៀវទាំងការធ្វើដំណើរទស្សនានិងការស្នាក់នៅ។ ម្ចាស់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មសេវាកម្មទាំងឡាយ ត្រូវទទួលខុសត្រូវចំពោះមុខច្បាប់ អំពីសុវត្ថិភាពភ្ញៀវនៅក្នុងដែនអាជីវកម្មសេវាកម្មរបស់ខ្លួន។ ភ្ញៀវស្នាក់នៅត្រូវបានកត់ត្រាអត្តសញ្ញាណច្បាស់លាស់ និងត្រួតពិនិត្យជាប្រចាំ។
- ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ជាអាទិភាព លើសុវត្ថិភាពចំណីអាហារ អនាម័យ ពិសេសនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ដោយក្រសួងទេសចរណ៍ ក្រសួងសុខាភិបាលសហការជាមួយក្រសួង ស្ថាប័ន

មានសមត្ថកិច្ចពាក់ព័ន្ធ ត្រូវមានយន្តការគ្រប់គ្រងនិងត្រួតពិនិត្យអប់រំជាប្រចាំ នៅតាមកន្លែងលក់ម្ហូបអាហារ អាហារដ្ឋាន ភោជនីយដ្ឋាន។ល។

- ❖ ត្រូវលុបបំបាត់បញ្ហាការផលិតនិងលក់ដូរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ឬទំនិញក្លែងក្លាយនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍។ ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ចាត់វិធានការគ្រប់គ្រងកន្លែងលក់ដូរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទេសចរណ៍ទាំងអស់និងដាក់ទោសតាមច្បាប់ចំពោះជនល្មើស។ ត្រូវចងក្រងសមាគមអ្នកលក់ដូរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ កាត់បន្ថយការលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ផលិតផលនៅក្រៅប្រទេស។
- ❖ អាជ្ញាធរដែនដីសហការជាមួយសមត្ថកិច្ចជំនាញគ្រប់គ្រង ពង្រឹងមូលដ្ឋានអាជីវកម្ម សេវាកម្មទេសចរណ៍ សហគមន៍ទេសចរណ៍មូលដ្ឋានជាប្រចាំ និងចាត់វិធានការជាបន្ទាន់ក្នុងករណីមានបញ្ហាទាក់ទងនឹងសុវត្ថិភាពភ្ញៀវកើតឡើង។
- ❖ ក្រសួងទេសចរណ៍ ត្រូវគ្រប់គ្រងម៉ត់ចត់លើការីទេសចរណ៍ ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ពិសេសការនាំទេសចរកម្ពុជាទៅបរទេសដើម្បីធានាថាភ្ញៀវទាំងនោះមានសុវត្ថិភាពក្នុងការទស្សនា និងចាត់វិធានការទាន់ពេលវេលា ក្នុងករណីចាំបាច់ដើម្បីធានាសុវត្ថិភាពជូនភ្ញៀវ។
- ❖ ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយអាជ្ញាធរដែនដី ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ រៀបចំប្លង់មេអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរ និងអនុវត្តត្រឹមត្រូវតាមប្លង់។ តំបន់ឆ្នេរត្រូវមានប្រព័ន្ធការពារសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍រឹងមាំនិងធនធានមនុស្សសមស្រប។
- ❖ គណៈកម្មការសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍មួយត្រូវបង្កើតឡើង ដឹកនាំដោយក្រសួងទេសចរណ៍ និងចូលរួមដោយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ អាជ្ញាធរដែនដី និងផ្នែកឯកជន។

(១៩៣) **ខ. រយៈពេលមធ្យមនិងវែង**

- ❖ រៀបចំផែនការរយៈពេលវែងស្តីពីការការពារ និងពង្រឹងប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ ដោយរៀបចំយន្តការអនុវត្តយូរអង្វែង។
- ❖ កសាងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនៃប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ នៅតាមតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាពប្រទាក់ក្រឡាគ្នានៅទូទាំងប្រទេស ដូចជា ការធ្វើទំនើបកម្ម និងការស្ថាបនាថ្មី មណ្ឌលឬមន្ទីរព្យាបាល មធ្យោបាយសង្គ្រោះទំនើប និងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សសម្រាប់ការងារនេះ។
- ❖ គ្រប់គ្រងអត្តសញ្ញាណភ្ញៀវ និងមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនតាមប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានទំនើប និងប្រទាក់ក្រឡាគ្នាទូទាំងប្រទេស។
- ❖ សិក្សានិងរៀបចំអនុវត្តប្រព័ន្ធធានារ៉ាប់រងទេសចរណ៍ ដើម្បីបង្កើនភាពជឿទុកចិត្តថែមទៀតចំពោះការទស្សនាកម្ពុជា។

៥- ផែនការនិងវិធានការច្បាប់និងយន្តការអនុវត្ត

(១៩៤) **ក. រយៈពេលខ្លី**

- ❖ ពង្រឹងការអនុវត្តច្បាប់ជាធរមាន ពិសេសច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍និងបទដ្ឋានគតិយុត្តនានាដើម្បីធានាការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព។

- ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយផ្នែកពាក់ព័ន្ធ ត្រូវពង្រីកបន្ថែមនូវបទដ្ឋានគតិយុត្តច្រើនទៀតឲ្យស្រប និងទាន់ការរីកចម្រើនទេសចរណ៍ ដូចជា ការគ្រប់គ្រងសេវាកម្សាន្តប្រភេទទេសចរណ៍ "កម្សាន្ត" ការគ្រប់គ្រងនិងការអភិវឌ្ឍសហគមន៍ ទេសចរណ៍ សុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម សេវាកម្ម និងចំណូលទេសចរណ៍។
- ពង្រឹងនិងជំរុញយន្តការដែលមានស្រាប់ឲ្យកាន់តែសកម្មឡើង ពិសេសគណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍រាជធានី ខេត្ត ក្រុមការងារទេសចរណ៍រដ្ឋនិងឯកជន។ល។ ត្រូវជំរុញបង្កើតយន្តការថ្មីៗបន្ថែមសមស្រប ដូចជាការបង្កើតក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ និងការពង្រីកយន្តការគ្រប់គ្រងនិងអនុវត្តនៅរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិពិសេស ថ្នាក់ស្រុក ឃុំ មូលដ្ឋានសហគមន៍។
- ត្រូវបង្កើតគណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ដើម្បីជំរុញអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទេសចរណ៍២០១២-២០២០នេះ ដោយមានអគ្គលេខាធិការដ្ឋានមួយនៅក្រសួងទេសចរណ៍។ គណៈកម្មាធិការនេះ ត្រូវរៀបចំផែនការសកម្មភាពដើម្បីអនុវត្ត និងត្រូវជំរុញត្រួតពិនិត្យការអនុវត្តជាប្រចាំ។

(១៩៥) **ខ. រយៈពេលមធ្យមនិងវែង**

- ក្រសួងទេសចរណ៍ ត្រូវបង្កើតវិទ្យាស្ថានជាតិទេសចរណ៍និងគ្រឹះស្ថានជាតិបណ្តុះបណ្តាលទេសចរណ៍ ដើម្បីជំរុញដឹកនាំការសិក្សាស្រាវជ្រាវនិងការអភិឌ្ឍធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងត្រូវបង្កើនច្បាប់និងយន្តការសមស្របបន្ថែម។

៦- ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស

(១៩៦) **ក. រយៈពេលខ្លី**

- ជំរុញការបណ្តុះបណ្តាលទាំងក្នុងនិងក្រៅប្រទេស និងលើកកម្ពស់សមត្ថភាពធនធានមនុស្សបម្រើក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ទាំងផ្នែកសាធារណៈ ផ្នែកឯកជន និងប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន។ បំផុសនិងប្រមូលធនធានមនុស្សទាំងក្នុងនិងក្រៅប្រទេស រួមមានសហគមន៍ខ្មែរនៅបរទេសដើម្បីជួយអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍។
- ជំរុញការបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍និងអ្នកជំនាញទេសចរណ៍។ ការសិក្សាបង្ហាញថាមានតម្រូវការមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ប្រមាណ១០ ០០០នាក់(ឆ្នាំ២០១៥)ទៅ២០ ០០០នាក់(ឆ្នាំ២០២០) និងកម្លាំងពលកម្មជំនាញទេសចរណ៍ប្រមាណ៥០ម៉ឺននាក់បន្ថែម(ឆ្នាំ២០២០) ។
- ជំរុញការអនុវត្តកិច្ចព្រមព្រៀងនានាស្តីពីការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សនិងបម្លាស់ទីនៃអ្នកជំនាញទេសចរណ៍ក្នុងក្របខ័ណ្ឌអាស៊ាន ពិសេស (MRA) និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការផ្សេងៗទៀត។
- បញ្ជ្រាបការអប់រំ ការយល់ដឹងទេសចរណ៍ ក្នុងចំណោមសិស្ស និស្សិត និងប្រជាពលរដ្ឋតាមរយៈការផ្សព្វផ្សាយ និងបង្កើនការយល់ដឹងនានា និងការបញ្ចូលក្នុងកម្មវិធីសិក្សា។

- ខិតខំស្វែងរកការជួយឧបត្ថម្ភគាំទ្រពីដៃគូអភិវឌ្ឍ អង្គការជាតិ អន្តរជាតិ ដើម្បីជំរុញបង្កើនការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស និងលើកកម្ពស់សមត្ថភាពជំនាញ ទាំងការបណ្តុះបណ្តាល និងកម្មសិក្សាដកស្រង់បទពិសោធនៅបរទេស។
- ជំរុញផ្នែកឯកជនពិសេសប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ឲ្យចូលរួមកាន់តែសកម្មឡើងក្នុងចលនាបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក និងបម្រើការងារតាមមូលដ្ឋានអាជីវកម្មនីមួយៗ។

(១៩៧) **ខ. រយៈពេលមធ្យមនិងវែង**

- ជំរុញការបង្កើតនិងដំណើរការសាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ និងគ្រឹះស្ថានសិក្សាទេសចរណ៍ជាតិដូចមានចែងនៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ ដោយកិច្ចសហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនិងដៃគូអភិវឌ្ឍ។
- ពង្រឹងនិងពង្រីកសមត្ថភាពជំនាញនិងការគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ដល់មន្ត្រី បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។
- បន្តយកចិត្តទុកដាក់អនុវត្តកិច្ចព្រមព្រៀងនានា ក្នុងក្របខ័ណ្ឌកិច្ចសហប្រតិបត្តិការតំបន់និងអន្តរជាតិស្តីពីការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សនិងការធ្វើបម្លាស់ទីនៃអ្នកជំនាញទេសចរណ៍ ពិសេសការអនុវត្ត (MRA) ក្នុងក្របខ័ណ្ឌអាស៊ាន។
- សិក្សាការបង្កើតមូលនិធិដើម្បីជួយសិស្សសិក្សាជំនាញទេសចរណ៍។
- រៀបចំផែនការនិងការអនុវត្តស្តីពីតម្រូវការទីផ្សារ និងការផ្គត់ផ្គង់កម្លាំងពលកម្ម ព្រមទាំងតម្រូវការនៃការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។

VIII. ធនធានហិរញ្ញវត្ថុ

(១៩៨) ប្រភពធនធានហិរញ្ញវត្ថុ សម្រាប់ទ្រទ្រង់ការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ អាចបានមកពីថវិការដ្ឋ ធនធានពីផ្នែកឯកជន រួមមានការវិនិយោគ ពីដៃគូអភិវឌ្ឍ និងប្រភពធនធានស្របច្បាប់ផ្សេងៗទៀត។ គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ត្រូវរៀបចំផែនការសកម្មភាព ដោយភ្ជាប់គម្រោងថវិកា ឬប្រភពហិរញ្ញវត្ថុទៅតាមសកម្មភាពនីមួយៗ ដើម្បីរៀបចំការអនុវត្ត។

IX. ការត្រួតពិនិត្យនិងវាយតម្លៃ

(១៩៩) ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ទាមទារការពិនិត្យនិងវាយតម្លៃការអនុវត្តទៅតាមកាលកំណត់នីមួយៗ ដោយពឹងផ្អែកជាមូលដ្ឋានលើផែនការសកម្មភាពនិងវិធានការទាំងឡាយ ដែលបានដាក់ចេញ រួមទាំងសូចនាករគោលសំខាន់ៗ។ បន្ទាប់ពីឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ត្រូវបានអនុម័ត និងការបង្កើតឡើងនូវគណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ផែនការសកម្មភាពលម្អិត រួមទាំងសូចនាករតាមដាននឹងត្រូវបានរៀបចំភ្លាម ហើយប្រគល់ភារកិច្ចអនុវត្តទៅតាមផ្នែកពាក់ព័ន្ធនីមួយៗ។ ដូច្នេះការត្រួតពិនិត្យនិងវាយតម្លៃលទ្ធផលនិងប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ នឹងត្រូវបានធ្វើឡើងតាមយន្តការគណៈកម្មាធិការនេះ ដោយមានអគ្គលេខាធិការដ្ឋានមួយសម្រាប់ជួយជាសេនាធិការ។

(២០០) គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ត្រូវប្រជុំពិនិត្យនិងវាយតម្លៃការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ យ៉ាងតិចមួយដងក្នុងមួយឆ្នាំ និងកិច្ចប្រជុំវិសាមញ្ញផ្សេងៗទៀតទៅតាមការចាំបាច់។ នៅរៀងរាល់ដំណាច់ឆ្នាំនីមួយៗ ត្រូវមានការបូកសរុបលទ្ធផលនៃការអនុវត្ត និងរាយការណ៍លទ្ធផលនេះជូនរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។ ឆ្នាំ២០១៦ ត្រូវចាត់ទុកជាឆ្នាំពាក់កណ្ដាលអាណត្តិនៃការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ដោយត្រូវពិនិត្យនិងវាយតម្លៃលទ្ធផលរួមពាក់កណ្ដាលអាណត្តិ។ ក្រោយការត្រួតពិនិត្យម្ដងៗ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ អាចត្រូវបានកែសម្រួលតាមសភាពការណ៍ជាក់ស្ដែង ដោយមានការពិនិត្យម៉ត់ចត់ និងស្នើឡើងដោយគណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ជូនរាជរដ្ឋាភិបាលពិនិត្យនិងសម្រេច។

X. សេចក្ដីសន្និដ្ឋាន

(២០១) វិស័យទេសចរណ៍ គឺជាវិស័យអាទិភាពក្នុងការរួមចំណែកកសាងសេដ្ឋកិច្ច សង្គម ការផ្សព្វផ្សាយ លើកកម្ពស់កិត្យានុភាពកម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិ និងការធ្វើសមាហរណកម្មកម្ពុជាទៅក្នុងពិភពលោក។ ទេសចរណ៍ ជាសកម្មភាពរស់រវើករបស់មនុស្សនៅក្នុងសង្គមបរិយាកាសរីកលូតលាស់ និងផ្សារភ្ជាប់យ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយវប្បធម៌និងធម្មជាតិ។ ការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាពនៃវិស័យនេះ រួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ដល់ការថែរក្សា ការពារ និងអភិរក្សសម្បត្តិវប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិ ព្រមទាំងការទប់ទល់នឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ។

(២០២) វិស័យទេសចរណ៍ គឺជាការនាំចេញនៅនឹងកន្លែងដោយនាំភ្ញៀវមកទិញនិងប្រើប្រាស់ទំនិញឬសេវានៅក្នុងប្រទេសតែម្ដង បន្ថែមលើការនាំចេញទៅបរទេស។ សកម្មភាពនេះជំរុញយ៉ាងខ្លាំងនូវការរួមចំណែកធ្វើឲ្យមានលំនឹងផ្នែកជញ្ជីងពាណិជ្ជកម្ម ការរីកលូតលាស់នៃសេដ្ឋកិច្ច និងការផ្ដល់ឱកាសការងារដល់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងស្រុក។ ម្យ៉ាងទៀត វិស័យទេសចរណ៍ដែលមានលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធជួយជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យនានា ដូចជាហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគមនាគមន៍ ទូរគមនាគមន៍ កសិកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម បរិស្ថាន ធនាគារ។ល។ ការអភិរក្សនិងអភិវឌ្ឍវប្បធម៌ជាតិ។

(២០៣) រាជរដ្ឋាភិបាលប្ដេជ្ញាយ៉ាងម៉ឺងម៉ាត់ ជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយ គុណភាព និងនិរន្តរភាពនៅក្នុងបរិយាកាសសន្តិភាព ស្ថិរភាព សុវត្ថិភាព និងការអភិវឌ្ឍ។ រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញ និងអនុវត្តជាបន្តបន្ទាប់នូវបទដ្ឋានគតិយុត្ត វិធានការ ផែនការ និងយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីសម្រេចចក្ខុវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា " ទេសចរណ៍វប្បធម៌និងធម្មជាតិ និងប្រែក្លាយព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា " ជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោកប្រកបដោយភាពកក់ក្ដៅ។ ចក្ខុវិស័យនេះសម្រេចទៅបានគឺ ទាមទារការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ផ្នែកឯកជន ដៃគូអភិវឌ្ឍ និងប្រជាពលរដ្ឋ ព្រមទាំងការរួមគ្នាដោះស្រាយបញ្ហាអសកម្មទាំងឡាយ។ ជាមួយគ្នានេះក៏ទាមទារនូវការកែទម្រង់ប្រព័ន្ធចាំបាច់មួយចំនួន ពិសេសផ្នែកការងារហិរញ្ញវត្ថុ ពង្រឹងយន្តការដែលមានស្រាប់ និងបង្កើតយន្តការថ្មីសមស្រប និងកត្តាធនធានមនុស្ស ដើម្បីការអនុវត្តកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។

(២០៤) សរុបមកដំណាក់កាលក្រោយវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច ដែលមានរង្វង់ប្រមាណ១០ឆ្នាំ គឺពិតជាកាលានុវត្តភាពថ្មីសម្រាប់កម្ពុជា ក្នុងការស្រូបយកផលពីការរីកចម្រើននៃវិស័យទេសចរណ៍ដើម្បីរួមចំណែកក្នុងការកសាងសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។

(២០៥) សម្រាប់កម្ពុជាចក្ខុវិស័យឆ្នាំ២០២០នៃការមកដល់របស់ភ្ញៀវអន្តរជាតិ៧លាននាក់នាំមកជាមួយនូវចំណូលប្រមាណជា៥ ០០០លានដុល្លារក្នុង១ឆ្នាំ នឹងលេចត្រដែតឡើងយ៉ាងច្បាស់ ដោយលើកស្ទួយកម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិ ហើយវិស័យទេសចរណ៍សក្តិសមនឹងកិត្តិនាម "មាសបៃតង" យ៉ាងពិតប្រាកដ៕

ឧបសម្ព័ន្ធ

គម្រោងសំខាន់ៗសម្រាប់ជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០ស្របតាមទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រ

ល.រ	គម្រោងអាទិភាព	ពេលខ្លី ២០១២ ២០១៤	មធ្យម/វែង ២០១៥ ២០២០	ស្ថាប័ននាំមុខ
I.	**ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍**			
១	ពង្រឹងនិងពង្រីកគោលដៅទេសចរណ៍នៅទូទាំងប្រទេសព្រមទាំងការគ្រប់គ្រងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនិងនិរន្តរភាព	X	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/គណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍រាជធានី ខេត្ត
២	ចលនាប្រឡងប្រណាំង"**ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ**"	X	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/គណៈកម្មការប្រឡងប្រណាំងទីក្រុងស្អាត
៣	ជំរុញអភិវឌ្ឍស្តង់ដាទេសចរណ៍ដើម្បីលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផល	X	x	ក្រសួងទេសចរណ៍
៤	ផែនការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់តំបន់ និងថ្នាក់ក្រោមជាតិ	X	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/គណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍រាជធានី ខេត្ត
៥	**ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រ**			
	៥.១. ផ្លូវទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍	X	x	ក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ/ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូន/ក្រសួងទេសចរណ៍
	៥.២. កំពង់ផែទេសចរណ៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗនៃតំបន់ឆ្នេរតាមដងទន្លេមេគង្គបឹងទន្លេសាប		x	ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូន/**គណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គកម្ពុជា/អាជ្ញាធរទន្លេសាប**/ក្រសួង-ទេសចរណ៍
	៥.៣. ព្រលានយន្តហោះខ្នាតអន្តរជាតិចំណុះផ្ទុក ៧ទៅ១០លានក្នុង១ឆ្នាំ		x	រដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍ស៊ីវិល/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ
	៥.៤. ពង្រីកព្រលានយន្តហោះខេត្តព្រះសីហនុកម្រិតអន្តរជាតិ		x	រដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍ស៊ីវិល/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ
	៥.៥. ស្តារព្រលានឬវាលយន្តហោះខេត្តរតនគិរី		x	រដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍

	ខេត្តបាត់ដំបង និងខេត្តកោះកុងជាអាទិភាព			ស៊ីវិល/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ
	៥.៦. ប្រព័ន្ធទឹកស្អាត អគ្គិសនីនិងប្រព័ន្ធសំអាតទឹកកខ្វក់នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ទីក្រុងអាទិភាព		x	ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូន/ **ក្រសួងឧស្សាហកម្ម រ៉ែ និងថាមពល**/ក្រសួងទេសចរណ៍
	៥.៧. ជំរុញការវិនិយោគលើវិស័យទេសចរណ៍ពិសេស ការដឹកជញ្ជូន សណ្ឋាគារ និងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍កម្រិតអន្តរជាតិ	x	x	ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា/ក្រសួងទេសចរណ៍
៦	ជំរុញការអភិវឌ្ឍផលិតផលសម្រាប់ប្រើប្រាស់និងនាំចេញតាមរយៈទេសចរណ៍ដូចជាម្ហូបអាហារ វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ និងសម្លៀកបំពាក់	x	x	ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម/**ក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈ**/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
៧	ជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរ	x	x	គណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរ/ក្រសួងទេសចរណ៍
៨	ជំរុញអភិវឌ្ឍគម្រោងទេសចរណ៍" **ផ្ទះទី២** "		x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងមហាផ្ទៃ
II.	**ទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍**			
១	ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារទេសចរណ៍សិក្សាលម្អិតកំណត់ប្រភេទទីផ្សារ និងដាក់ចេញសកម្មភាពអនុវត្ត	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍
២	ពង្រឹងនិងពង្រីកគុណភាពនិងប្រសិទ្ធភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ មធ្យោបាយ និងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍
៣	ការដាក់ស្ថានតំណាងទេសចរណ៍កម្ពុជានៅបរទេស		x	ក្រសួងទេសចរណ៍ /ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍
៤	ពង្រីកមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍នៅតាមរាជធានី ខេត្ត និងបង្កើនសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈមណ្ឌលព័ត៌មាន	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/គណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍រាជធានី ខេត្ត
៥	បង្កើតនិងដំណើរការក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍រួមគ្នារវាងរដ្ឋនិងផ្នែកឯកជន	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ផ្នែកឯកជន

III.	**ការសម្រួលការធ្វើដំណើរ**
១	បង្កើនការតភ្ជាប់កម្ពុជាជាមួយ តាមផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក និងផ្លូវអា
២	សិក្សាអំពីទិដ្ឋាការនិងបែបបទ ការចូល ចេញរបស់ភ្ញៀវ
៣	បង្កើនប្រសិទ្ធភាពគ្រប់គ្រងការ ពង្រីកសម្បទាទេសចរណ៍តាម
៤	ពង្រឹងនិងពង្រីកកិច្ចសហប្រតិ ក្នុងតំបន់និងអន្តរជាតិដើម្បីស ទេសចរណ៍
៥	ពង្រឹងសមត្ថភាពអាកាសចរណ៍ ទាំងគុណភាពដើម្បីប្រតិបត្តិកា
IV.	**សន្តិសុខសុវត្ថិភាពភ្ញៀវនិង**
១	ពង្រឹងនិងពង្រីកប្រព័ន្ធសន្តិសុខ នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ពិ ទេសចរណ៍
២	បង្កើនប្រព័ន្ធសុខាភិបាលយន្តក នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍
៣	ពង្រឹងសុវត្ថិភាពភ្ញៀវទាំងការធ្វើ ការស្នាក់នៅ
៤	សិក្សានិងរៀបចំប្រព័ន្ធធានារ៉ាប់ ភាពជឿទុកចិត្តថែមទៀតចំពោះ ភ្ញៀវកម្ពុជាទៅទស្សនាបរទេស
៥	សិក្សាការបង្កើតគណៈកម្មការស ចូលរួមដោយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ

ស៊ីវិល/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ
ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូន/ ក្រសួងឧស្សាហកម្ម រ៉ែ និងថាមពល/ក្រសួងទេសចរណ៍
ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា/ក្រសួងទេសចរណ៍
ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម/**ក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈ**/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
គណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរ/ក្រសួងទេសចរណ៍
ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងមហាផ្ទៃ
ក្រសួងទេសចរណ៍
ក្រសួងទេសចរណ៍
ក្រសួងទេសចរណ៍ /ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍
ក្រសួងទេសចរណ៍/គណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍រាជធានី ខេត្ត
ក្រសួងទេសចរណ៍/ផ្នែកជំនួញ

III.	**ការសម្រួលការធ្វើដំណើរនិងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍**			
១	បង្កើនការតភ្ជាប់កម្ពុជាជាមួយតំបន់និងអន្តរជាតិ តាមផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក និងផ្លូវអាកាស	x	x	រដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍ស៊ីវិល /ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូន/ក្រសួងមហាផ្ទៃ/ក្រសួងទេសចរណ៍
២	សិក្សាអំពីទិដ្ឋាការនិងបែបបទផ្សេងៗសម្រាប់ការសម្រួលការចូល ចេញរបស់ភ្ញៀវ	x	x	ក្រសួងការបរទេសនិងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ/ ក្រសួងមហាផ្ទៃ/ក្រសួងទេសចរណ៍
៣	បង្កើនប្រសិទ្ធភាពគ្រប់គ្រងការដឹកជញ្ជូនភ្ញៀវនិងពង្រីកសម្បទាទេសចរណ៍តាមច្រកព្រំដែន	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងមហាផ្ទៃ/ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូន
៤	ពង្រឹងនិងពង្រីកកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយប្រទេសក្នុងតំបន់និងអន្តរជាតិដើម្បីសម្រួលការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍ /ក្រសួងការបរទេសនិងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ
៥	ពង្រឹងសមត្ថភាពអាកាសចរណ៍ជាតិទាំងបរិមាណទាំងគុណភាពដើម្បីប្រតិបត្តិការក្នុងនិងក្រៅប្រទេស	x	x	រដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍ស៊ីវិល/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ជាតិ
IV.	**សន្តិសុខសុវត្ថិភាពភ្ញៀវនិងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់**			
១	ពង្រឹងនិងពង្រីកប្រព័ន្ធសន្តិសុខនិងសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ពិសេសសមត្ថកិច្ចនគរបាលទេសចរណ៍	x	x	ក្រសួងមហាផ្ទៃ/ក្រសួងទេសចរណ៍
២	បង្កើនប្រព័ន្ធសុខាភិបាលយន្តការសម្បទានិងសម្ភារៈនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍	x	x	ក្រសួងសុខាភិបាល/ក្រសួងទេសចរណ៍
៣	ពង្រឹងសុវត្ថិភាពភ្ញៀវទាំងការធ្វើដំណើរទស្សនានិងការស្នាក់នៅ	x	x	ក្រសួងមហាផ្ទៃ/ក្រសួងទេសចរណ៍
៤	សិក្សានិងរៀបចំប្រព័ន្ធធានារ៉ាប់រងទេសចរណ៍ដើម្បីបង្កើនភាពជឿទុកចិត្តថែមទៀតចំពោះការទស្សនាកម្ពុជានិងភ្ញៀវកម្ពុជាទៅទស្សនាបរទេស	x	x	ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ/ក្រសួងទេសចរណ៍
៥	សិក្សាការបង្កើតគណៈកម្មការសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ដែលចូលរួមដោយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងមហាផ្ទៃ/ក្រសួងសុខាភិបាល/

៦	ពង្រឹងសណ្តាប់ធ្នាប់និងរបៀបរៀបរយតាមគោលដៅទេសចរណ៍	x	x	ក្រសួងមហាផ្ទៃ/ក្រសួងទេសចរណ៍
៧	ទប់ស្កាត់ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានលើទេសចរណ៍និងនៃទេសចរណ៍លើសេដ្ឋកិច្ច សង្គម វប្បធម៌ និងបរិស្ថាន	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋ-កិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ/ក្រសួងវប្បធម៌/ក្រសួងបរិស្ថាន/រដ្ឋបាលព្រៃឈើ
៨	ទប់ស្កាត់ការផ្លុះផ្លាយសេដ្ឋកិច្ចនៃវិស័យទេសចរណ៍	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ/ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
V.	**មូលដ្ឋានគតិយុត្តនិងយន្តការអនុវត្ត**			
១	ពង្រឹងការអនុវត្តច្បាប់ជាធរមានពិសេសច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍និងបទដ្ឋានគតិយុត្តនានា	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងយុត្តិធម៌
២	បង្កើនការរៀបចំច្បាប់និងបទដ្ឋានគតិយុត្តផ្សេងៗទៀតដូចជាការគ្រប់គ្រងសេវាកម្បាន្តទេសចរណ៍ ការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍សហគមន៍	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងយុត្តិធម៌
៣	ពង្រឹងយន្តការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់និងពង្រីកយន្តការថ្មីៗបន្ថែមដូចជាគណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់និងយន្តការអនុវត្តនៅរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ ក្រសួងមហាផ្ទៃ
៤	បង្កើតវិទ្យាស្ថានជាតិទេសចរណ៍ជាមជ្ឈមណ្ឌលសិក្សាស្រាវជ្រាវនិងវិភាគទេសចរណ៍ដើម្បីដាក់ចេញគោលនយោបាយផែនការយុទ្ធសាស្ត្រសមស្រប	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា/ក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ
VI.	**ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស**			
១	ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សនិងជំរុញការបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកជំនាញ	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ
២	ការងារទាក់ទងនឹងMRA ការទទួលស្គាល់និងបម្លាស់ទីនៃអ្នកជំនាញទេសចរណ៍	x	x	គណៈកម្មការទទួលស្គាល់អ្នកជំនាញទេសចរណ៍
៣	ការបង្កើតនិងដំណើរការគ្រឹះស្ថានទេសចរណ៍ជាតិ		x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
៤	សិក្សាបង្កើតមូលនិធិសម្រាប់ជួយសិស្សសិក្សាទេសចរណ៍		x	ក្រសួងទេសចរណ៍/...

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះ **ឯកឧត្តមបណ្ឌិត ថោង ខុន រដ្ឋមន្ត្រី ក្រសួងទេសចរណ៍** ចំពោះការដឹកនាំ និងណែនាំដល់ក្រុមការងាររៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០ប្រកបដោយជោគជ័យ។

សូមគោរពជូនពរ **ឯកឧត្តមរដ្ឋមន្ត្រី** សូមទទួលបាននូវពុទ្ធពរទាំង៤ប្រការ គឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ និងពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

ក្រុមការងាររៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០

១. ឯកឧត្តម **ឌិត ចន្ថា** អគ្គនាយកទេសចរណ៍
២. លោក **សុខ សុគុណ** ប្រធាននាយកដ្ឋានផែនការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍
៣. លោក **យិន ណារត** អនុប្រធាននាយកដ្ឋានផែនការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍
៤. លោក **ទ៉ា វណ្ណះ** នាយករងខុទ្ទកាល័យ រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍
៥. លោក **អែម សារ៉ារិទ្ធិ** នាយការិយាល័យ ទេសចរណ៍សហគមន៍