ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

របាយការណ៍

បូកសរុបសភាពការណ៍
អនុវត្តការងារទេសចរណ៍
ឆ្នាំ២០១១ ឆមាសទី១ ឆ្នាំ ២០១២
និង
ទិសដៅអនុវត្តឆមាសទី២
ឆ្នាំ២០១២ និងឆ្នាំ២០១៣

របាយការណ៍

បូកសរុបសកម្មភាពការងារអនុវត្តការងារទេសចរណ៍ឆ្នាំ២០១១ ឆមាសទី១ ឆ្នាំ២០១២ និងទិសដៅអនុវត្តឆមាសទី២ ឆ្នាំ២០១២ និងឆ្នាំ២០១៣

បច្ចុប្បន្នសកលលោកទាំងមូលកំពុងប្រឈមទៅនឹងភាពមិនច្បាស់លាស់នៃការវិវត្តថ្មីៗឥតឈប់ឈរ ទាំងលើទិដ្ឋភាពសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងបរិស្ថាន។ ជានិច្ចកាលការវិវត្តថ្មីៗទាំងនេះ តែងស្តែងឡើងតាមរយៈការប្រែប្រួល និងរបត់នៃលំនាំ និងបែបបទ (Changing Pattern) ក្នុងការរស់នៅរបស់មនុស្សជាតិ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងរវាងគ្នានិងគ្នា ការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម និងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចសង្គម ហើយដែលទាំងអស់នេះបង្កើតបានជាឱកាស និងបញ្ហាប្រឈមនានា ទាំងនៅកម្រិតសកលលោក កម្រិតតំបន់ និងកម្រិតជាតិ។

កម្ពុជាដែលបច្ចុប្បន្នកំពុងបន្តធ្វើសមាហរណកម្មខ្លួននៅក្នុងតំបន់ និងសកលលោក ក៏ត្រូវប្រឈមទល់នឹងការវិវត្តថ្មីៗទាំងនេះផងដែរ ដោយត្រូវចេះរៀបចំខ្លួនឲ្យបានទាន់ពេលវេលាសំដៅធ្វើយ៉ាងណាបង្កើនឲ្យបានជាអតិបរិមានូវឱកាស (Opportunities) និងការកាត់បន្ថយជាអប្បបរមានូវបញ្ហាប្រឈម និងហានិភ័យ (Risks) ។

វិស័យទេសចរណ៍ដែលជាវិស័យមួយមានលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធ ជាអន្តរវិស័យដែលមានទម្រង់ប្រទាក់ក្រឡាគ្នា (Cross-Cutting Sector) ទាំងនៅកម្រិតសកល តំបន់ និងកម្រិតជាតិ ហើយត្រូវបានចាត់ទុកជាសមាសធាតុមួយដ៏សំខាន់ក្នុងកិច្ចអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម និងការពង្រឹងទំនាក់ទំនងរវាងគ្នានិងគ្នា ពិសេសជំរុញវប្បធម៌ ប្រពៃណី និងសន្តិភាព។

វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាគឺជា "ទេសចរណ៍បៃតង" (មាសបៃតង) ជាវិស័យអាទិភាពមួយត្រូវបានកំណត់នៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល។ ចំណូលនៃវិស័យទេសចរណ៍ត្រូវបានចាក់បញ្ចូលភ្លាមៗទៅក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចជាតិ រួមចំណែកបង្កើតការងារ លើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅ ជំរុញកំណើនផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប (GDP) ធ្វើឲ្យមានលំនឹងផ្នែកជញ្ជីងពាណិជ្ជកម្ម និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ នឹងរួមចំណែកយ៉ាងសកម្មដល់កិច្ចអភិវឌ្ឍថែរក្សាការពារ និងអភិរក្សសម្បត្តិវប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ និងធនធានធម្មជាតិរបស់ប្រទេសជាតិ។

ឆ្នាំ២០១១ និងឆមាសទី១ ឆ្នាំ២០១២ វិស័យទេសចរណ៍បានបង្ហាញនូវការរីកចម្រើនគួរឲ្យកត់សម្គាល់ បើប្រៀបធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នានៃឆ្នាំកន្លងមក។ ទេសចរណ៍ពិភពលោក តំបន់ ក៏ដូចជាទេសចរណ៍កម្ពុជាមានកំណើនឡើងវិញស្របគ្នានឹងនិន្នាការសេដ្ឋកិច្ចជាសកល។

I. សភាពការណ៍ទេសចរណ៍ពិភពលោក

(០១) នៅដើមឆ្នាំ២០១២ ការមកដល់របស់ទេសចរអន្តរជាតិមាននិន្នាការការកើនឡើង ដែលត្រូវបានទទួលស្គាល់ថា មានកំរិតខ្លាំងចាប់តាំងពីឆ្នាំ២០១០ បន្ទាប់ពីការរងនឹងវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចសកលក្នុងឆ្នាំ២០០៩មក។ គ្រប់តំបន់ក្នុងពិភពលោកទទួលបានកំណើនវិជ្ជមាន លើកលែងតែតំបន់មជ្ឈិមបូព៌ា ដែលជាតំបន់ទទួលរងឥទ្ធិពលពីវិបត្តិនៅប្រទេសអារ៉ាប់។ គ្រប់តំបន់ទាំងអស់មានកំណើនខ្ពង់ជាងកំណើនកាលពីឆ្នាំ២០១១ លើកលែងតែតំបន់អឺរ៉ុប ដែលកំពុងកើតមានវិបត្តិប្រាក់បំណុល និងបានជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានយ៉ាងខ្លាំងទៅលើសេដ្ឋកិច្ចតំបន់អឺរ៉ុប។ យោងតាមរបាយការណ៍របស់អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក នៅឆ្នាំ២០១១ មានទេសចរចំនួន ៩៨២លាននាក់ បានធ្វើដំណើរកម្សាន្តជុំវិញពិភពលោក ជាមួយនឹងអត្រាកំណើនប្រមាណ៥% បើធៀបទៅនឹងឆ្នាំ២០១០ (ក្នុងនោះការមកទស្សនាតំបន់អឺរ៉ុបមានចំនួន ៥១% តំបន់អាស៊ី-ប៉ាស៊ីហ្វិក ២២% តំបន់អាមេរិក១៦% តំបន់មជ្ឈិមបូព៌ា៦% និងតំបន់អាហ្វ្រិក៥%) ។ ក្នុងរយៈពេល០២ខែដំបូង ឆ្នាំ២០១២នេះ ការមកដល់របស់ភ្ញៀវទេសចរពិភពលោកសំរេចបានប្រមាណ ១៣១លាននាក់ កើនឡើង ៥,៧% បើធៀបរយៈពេលដូចគ្នាក្នុងឆ្នាំ២០១១ (ដែលមានត្រឹមតែ ១២៤លាននាក់)។ និន្នាការនៃការធ្វើដំណើរឥតឈប់ឈរនេះបានធ្វើឲ្យវិស័យទេសចរណ៍បាននឹងកំពុងបន្តពង្រឹងតួនាទីដ៏មានសារៈសំខាន់របស់ខ្លួន តាមរយៈការចូលរួមយ៉ាងសកម្មទាំងលើផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងបរិស្ថាន ។ ចំនួនទេសចរសកលលោកនឹងអាចកើនឡើងដល់ ១.០០០លាននាក់ នៅឆ្នាំ២០១២នេះ និង១.៦០០លាននាក់ នៅឆ្នាំ២០២០ មានន័យថា មនុស្សម្នាក់ក្នុងចំណោម៧នាក់ បានធ្វើដំណើរឆ្លងកាត់ព្រំដែន ហើយបើតាមការព្យាករណ៍របស់អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក ចំនួននេះនឹងកើនដល់ ១.៨០០លាននាក់ ក្នុងឆ្នាំ២០៣០ មានន័យថា មានមនុស្សចំនួន ៥លាននាក់ក្នុងមួយថ្ងៃ បានធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ក្នុងពិភពលោក ជាមួយនឹងកំណើនជាមធ្យមប្រមាណ ៤៥លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ សម្រាប់រយៈពេលពីទសវត្សចុងក្រោយនេះ (២០១០-២០៣០)។

(០២) ចំនួនដ៏សម្បើមនេះបានធ្វើឲ្យវិស័យទេសចរណ៍ពិភពលោកដើរតួរនាទីជាក្បាលម៉ាស៊ីនជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច ការបង្កើតការងារ និងការអភិវឌ្ឍជាសកល ដោយវិស័យនេះតំណាងឲ្យប្រមាណជា៥% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបរបស់ពិភពលោក ស្មើនឹងប្រមាណ៣០% នៃការធ្វើពាណិជ្ជកម្មក្នុងផ្នែកសេវាកម្មសរុបរបស់ពិភពលោក និងបានបង្កើតការងារ ១លើ១២ សម្រាប់កម្លាំងពលកម្មសកលលោក។ ដូចដែល ឯកឧត្តមTaleb Rifai អគ្គលេខាធិការអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក បានលើកឡើងថា ទស្សវត្សនេះគឺចាប់ពីឆ្នាំ២០១០-២០២០ នឹងត្រូវបានចងចាំថា ជាទសវត្សដែលវិស័យទេសចរណ៍ និងការធ្វើដំណើរ ក្លាយជាវិស័យមួយដ៏ចម្បងគួរឲ្យជឿជាក់ និងមានសារៈសំខាន់សម្រាប់មនុស្សជាតិ និងភពផែនដី **(One of the most reliable and promising sectors for human and the planet)** ពោលគឺទន្ទឹមនឹងពេលសេដ្ឋកិច្ចសកលលោកស្ថិតក្នុងភាពមិនប្រាកដប្រជាជាមួយនឹងវិបត្តិនៅតាមតំបន់មួយចំនួន និងភាពអត់ការងារធ្វើដែលនៅតែជាបញ្ហាប្រឈមដ៏ចម្បងមួយ វិស័យទេសចរណ៍ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាដំណោះស្រាយមួយដ៏មានប្រសិទ្ធភាព និងគួរ

ឲ្យជឿជាក់ក្នុងការជំរុញកំណើន (Growth) ការចូលរួមពង្រឹងនិរន្តរភាព (Sustainability) និងការលើកកម្ពស់គុណភាពនៃជីវិត (A better Life)។

II. សភាពការណ៍ទេសចរណ៍តំបន់

(០៣) ចំពោះកម្រិតតំបន់វិញ តំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិកត្រូវបានមើលឃើញថា ជាគោលដៅទេសចរណ៍ដ៏លេចធ្លោប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ ដោយតំបន់នេះអាចនឹងទទួលបានចំណែកទីផ្សារប្រមាណ៣០% នៃទីផ្សារពិភពលោក ព្រោះជាតំបន់ដែលមានប្រជាជនច្រើនរស់នៅ តភ្ជាប់គ្នាគ្រប់មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចកំពុងមានការរីកចម្រើនខ្លាំងក្លា ពិសេសប្រទេសចិន ព្រមទាំងការគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍បានល្អប្រសើរ។

(០៤) អាស៊ាន គឺជាតំបន់ដែលមានការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍យ៉ាងខ្លាំងមួយនៃពិភពលោក។ ការធ្វើដំណើរនិងទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងអាស៊ាននៅតែដើរតួនាទីសំខាន់ខ្លាំង ដោយរួមចំណែកជាង៤៥% ហើយទេសចរអឺរ៉ុបរួមចំណែកបានប្រមាណ១០% នៃភ្ញៀវសរុបមកដល់អាស៊ាន ។ នៅឆ្នាំ២០០៩ ទោះបីទទួលរងវិបត្តិនានាក៏ដោយ ក៏ទេសចរណ៍អាស៊ាននៅបង្ហាញសញ្ញាវិជ្ជមានជានិច្ច ដោយសម្រេចបានកំណើនទេសចរណ៍ ០,១៩% ជាមួយចំនួនទេសចរជាង៦៥លាននាក់។ ដោយឡែកក្នុងឆ្នាំ២០១០ តំបន់រីកលូតលាស់ថ្មីមួយនេះទទួលបានទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណជាង ៧៣លាននាក់ និងប្រមាណ ៧៩លាននាក់ ក្នុងអត្រាកំណើន៧.៤% ក្នុងឆ្នាំ២០១១ (ក្នុងនោះទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងអាស៊ាន (Intra-ASEAN Travelers) មានចំនួន ៣៤លាននាក់) ព្រមជាមួយនឹងការមកដល់នៃទេសចរចិន (៤.៥លាននាក់) កូរ៉េ (២.៨លាននាក់) និងជប៉ុន (២.៨លាននាក់) ។ អាស៊ានរំពឹងថា នឹងទទួលបានទេសចរអន្តរជាតិ ១០៧លាននាក់ នៅឆ្នាំ២០១៥ផងដែរ។

III. សភាពការណ៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា

(០៥) ក្រោមការដឹកនាំដ៏ត្រឹមត្រូវ និងឈ្លាសវៃរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ដែលមាន **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន ជានាយករដ្ឋមន្ត្រី** និងការខិតខំប្រឹងប្រែងពីគ្រប់មជ្ឈដ្ឋាន ពិសេសការបន្តអនុវត្តយ៉ាងសកម្មនូវយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ "កម្ពុជា:ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ" និងចលនាប្រឡងប្រណាំង "ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ" ព្រមទាំងយុទ្ធសាស្ត្រគន្លឹះ ០៧ចំណុច នាំឲ្យទេសចរណ៍កម្ពុជាមិនគ្រាន់តែទប់ទល់បាននូវឥទ្ធិពលវិបត្តិកន្លងមកប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងធ្វើឲ្យវិស័យទេសចរណ៍មានការរីកចម្រើនថែមទៀត។

(០៦) ជាក់ស្តែង ក្នុងឆ្នាំ២០១១ កន្លងទៅនេះ ទេសចរអន្តរជាតិមកទស្សនាកម្ពុជាមានចំនួន ២.៨៨១.៦៦២ នាក់ កើនឡើង១៤,៩%។ ដោយឡែក នៅក្នុងរយៈពេល ០៥ខែ ដើមឆ្នាំ២០១២ ទេសចរអន្តរជាតិមកទស្សនាកម្ពុជាមានចំនួន ១.៥០៥.៧៣៧ នាក់ កើនឡើង ២៦,៣% ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នាឆ្នាំ ២០១១។ តាមការព្យាករណ៍ នៅឆមាសទី១ ឆ្នាំ២០១២នេះ យើងនឹងអាចទទួលទេសចរអន្តរជាតិបាន ១.៧លាននាក់ និងសំរាប់ឆ្នាំ២០១២ទាំងមូល ប្រមាណ ៣.៣លាននាក់។ យើងសង្ឃឹមថា នៅឆ្នាំ២០១៥ កម្ពុជានឹងទទួលបានទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ ៤.៥លាននាក់ និងនៅឆ្នាំ២០២០ ប្រមាណ ៧លាននាក់ ។

(០៧) គួរកត់សម្គាល់ថា ក្នុងរយៈពេល ៥ខែ ដើមឆ្នាំ២០១២ ទេសចរមកពីប្រទេសជិតខាង (វៀតណាម ឡាវ និងថៃ) និងក្នុងតំបន់ (ចិន ជប៉ុន កូរ៉េ) មានសន្ទុះកើនឡើងខ្ពស់ រួមមានទេសចរវៀតណាមឈរក្នុងលំដាប់លេខ១ (៣០៥.៧៥៨នាក់) កើនឡើង ៣០,៥% កូរ៉េ (២០៤.១៥៣នាក់) កើនឡើង៣៥,២% ចិន (១៣១.៩៦៩ នាក់) កើនឡើង៣២,៦% ជប៉ុន (៧៥.៧៦៣ នាក់) កើនឡើង៩,៣% ឡាវ (៨១.០៥៩ នាក់) កើនឡើង ៨៧,៥% និងថៃ (៧៨.១៥៧ នាក់) កើនឡើង ៨៨,៨%។ ចំណែកឯទេសចរមកពីតំបន់ឆ្ងាយ ក្នុងនោះមកពីអឺរ៉ុប និងអាមេរិក ក៏មានការកើនឡើងផងដែរ ជាពិសេសបារាំង (៥៤.៥៧២នាក់) កើនឡើង ៧,៣% អង់គ្លេស (៥១.៤០៧នាក់) កើនឡើង ៩,៥% និងទេសចរសហរដ្ឋអាមេរិក (៧៧.៩៥៨នាក់) កើនឡើង ១៤,៨%។ គួរកត់សំគាល់ ទេសចររុស្ស៊ី ដែលជាទីផ្សារទេសចរទើបងើបឡើងថ្មី (Emerging Market) បាននិងកំពុងមាន និន្នាការកើនឡើង និងឈានចូលមកក្នុងទីផ្សារសំខាន់ៗទាំង១០របស់កម្ពុជា ដែលក្នុងរយៈពេល ០៥ខែ ដើមឆ្នាំ២០១២ យើងទទួលបានទេសចររុស្ស៊ីចំនួន ៥៨.៤០៣នាក់ កើនឡើង ៥៦,៩%។ ការកើនឡើងនៃចំនួនទេសចរមកពីតំបន់ឆ្ងាយទាំងនេះ ក៏ស្របនឹងនិន្នាការទេសចរណ៍តំបន់ និងពិភពលោក ដោយសារកម្ពុជាមានស្ថិរភាពនយោបាយ សុវត្ថិភាព ភាពទាក់ទាញនៃទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងធម្មជាតិ និងតាមរយៈការដាក់ចេញគោលនយោបាយ យុទ្ធសាស្ត្រ និងផែនការអភិវឌ្ឍន៍ត្រឹមត្រូវ ច្បាស់លាស់ និងមានលក្ខណៈប្រាកដប្រជា គួបផ្សំនឹងយន្តការស្ថាប័នគ្រប់គ្រងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពលើគ្រប់វិស័យ ពិសេសក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដែលត្រូវបានវាយតម្លៃខ្ពស់ក្នុងការទាក់ទាញកំណើនទេសចរណ៍ពីតំបន់ឆ្ងាយៗទាំងនេះ។

(០៨) រយៈពេល ០៥ខែ ដើមឆ្នាំ២០១២ នេះ ការមកដល់របស់ទេសចរតាមផ្លូវអាកាសមានចំណែកទីផ្សារ ៤៩,៤% មានការកើនឡើង១៩,២% (ច្រកភ្នំពេញមានចំណែកទីផ្សារ ១៩,២% កើនឡើង៩,១% និងច្រកខេត្តសៀមរាបមានចំណែកទីផ្សារ ៣០,៣% កើនឡើង២៦,៧%)។ ដោយឡែកទេសចរមកតាមផ្លូវគោក និងផ្លូវទឹកមានចំណែកទីផ្សារ ៥០,៦% កើនឡើង៣៨,២% ក្នុងនោះ ទេសចរចូលមកតាមនាវា (Cruise Ship) តាមច្រកកំពង់ផែខេត្តព្រះសីហនុនៅឆ្នាំ២០១១មានចំនួន ១៥.០៨៦នាក់ និងរយៈពេល ០៥ខែ ដើមឆ្នាំ២០១២ នេះ ទេសចរមកតាមនាវាមានចំនួន ១៦.០២៩នាក់ ដែលធ្វើដំណើរតាមនាវាទេសចរណ៍ធំៗចំនួន ២៣គ្រឿង កើនឡើង ៨៣,៦% ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នាឆ្នាំ២០១១ ។ ទាំងអស់នេះជាសញ្ញាណវិជ្ជមានមួយ រួមចំណែកយ៉ាងធំដល់កំណើនទេសចរណ៍កម្ពុជា និងឆ្លុះបញ្ចាំងឲ្យឃើញពីលទ្ធផលនៃការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ ០៧ ចំណុច ពិសេសការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ និងយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ កម្ពុជា: ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ និងចលនាប្រលងប្រណាំង ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ។ ចរន្តទេសចរណ៍នេះគឺស្របគ្នាជាមួយនឹងតំបន់ ដោយមានការកើនឡើងតាមផ្លូវអាកាស និងផ្លូវគោក ពិសេសជាមួយប្រទេសវៀតណាម ឡាវ និងថៃ ដោយរួមចំណែកផងដែរពីឥទ្ធិពលនៃការលើកលែងទិដ្ឋាការ (កម្ពុជា-វៀតណាម) (កម្ពុជា-ឡាវ) (កម្ពុជា-ថៃ) និងការបើកច្រកព្រំដែនបន្ថែម ព្រមទាំងការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកដឹកជញ្ជូនទេសចរ។ មិនតែប៉ុណ្ណោះ ការស្នាក់នៅ និងការចំណាយរបស់ទេសចរ ក៏មានការកើនឡើងជាងមុន ដែលសញ្ញាណវិជ្ជមានទាំងអស់នេះបានជួយទ្រទ្រង់ដល់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ដែលកំពុងតែស្ថិតក្នុងស្ថានភាពមិនប្រាកដប្រជានៃសេដ្ឋកិច្ចសកលលោក។

(០៩) សកម្មភាពទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកក៏មានសន្ទុះកើនឡើងគួរឲ្យកត់សម្គាល់។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០១១ មានទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណ ៧.៩លាននាក់ កើនឡើង៥% និងក្នុងរយៈពេល ០៥ខែ ដើមឆ្នាំ២០១២នេះ

មានទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណ ៣.៨លាននាក់ ដោយបានរួមចំណែកយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាពដល់សកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចផ្ទៃក្នុង។ ការរីកចម្រើននៃទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកក៏កាន់តែបង្ហាញច្បាស់ថា កម្ពុជាមានស្ថិរភាពនយោបាយ សន្តិសុខ សុវត្ថិភាព ប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធល្អប្រសើរ មេណីយដ្ឋាន សេវាទេសចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំអភិវឌ្ឍ ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាមានលំនឹងល្អ និងកំរិតជីវភាពរបស់ប្រជាជនកាន់តែមានការរីកចំរើន។ ស្របនឹងស្ថានភាពនេះ ក៏បានបង្ហាញឲ្យឃើញផងដែរនូវកំណើនទេសចរកម្ពុជាទៅទស្សនាក្រៅប្រទេស ក្នុងនោះក៏រួមមាន ទេសចរព្យាបាលសុខភាព។ តាមការព្យាករណ៍ សំរាប់ឆមាសទី១ ឆ្នាំ២០១២ នឹងមានទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណ ៥.៣លាននាក់ ទស្សនាកម្សាន្តទូទាំងប្រទេស ពិសេសពេលមានព្រឹត្តិការណ៍បុណ្យទាន ដូចជាពិធីបុណ្យចូលឆ្នាំខ្មែរ និងថ្ងៃឈប់សម្រាកការងារនានា។

(១០) ម្យ៉ាងទៀត សកម្មភាពទេសចរណ៍ត្រូវបានពង្រីកវិសាលភាពនៅទូទាំងប្រទេស ទាំងតំបន់ទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងធម្មជាតិ ក្នុងនោះតំបន់អេកូទេសចរណ៍នៅភូមិភាគឦសាន ភូមិភាគនិរតី តំបន់ជុំវិញបឹងទន្លេសាប និងសហគមន៍ទេសចរណ៍នៅតាមតំបន់ជនបទ និងតំបន់ព្រៃភ្នំ បានបង្កើនភាពទាក់ទាញដល់ភ្ញៀវទេសចរផង និងបង្ហាញច្បាស់អំពីកត្តាសន្តិសុខ សុវត្ថិភាពល្អ ក្នុងការទស្សនាព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាផងដែរ។ ជាក់ស្តែង តំបន់អេកូទេសចរណ៍ភូមិភាគឦសានទទួលបានទេសចរអន្តរជាតិចំនួន ៨៨.៦៧៨នាក់ កើនឡើង១៣% ក្នុងឆ្នាំ២០១១។ ជារួម និន្នាការទេសចរណ៍កម្ពុជាមានកំណើនល្អប្រសើរបន្តទៅអនាគត ដោយមានការគាំទ្រពីរាជរដ្ឋាភិបាល គ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធ និងស្របតាមបរិយាកាសសុខសន្តិភាព ស្ថិរភាពនយោបាយ និងការអភិវឌ្ឍរបស់កម្ពុជា ។ (ឧបសម្ព័ន្ធទី១)

(១១) យើងបានជួបប្រទះនូវបញ្ហាមួយចំនួន ដែលត្រូវរួមគ្នាដោះស្រាយជាបន្ទាន់ ក្នុងនោះរួមមានការខ្វះសម្បទា និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ដែលនៅមានកម្រិត នៅតាមបណ្តាគោលដៅទេសចរណ៍នានា បញ្ហាអនាម័យ និងការកើនឡើងថ្លៃទំនិញសេវាពេលតម្រូវការទេសចរណ៍កើនខ្លាំងម្តងៗ។ បញ្ហាទាំងអស់នេះទាមទារនូវការចូលរួមសហការពីសំណាក់គ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ប្រជាពលរដ្ឋ ផ្នែកឯកជន អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល ដោយត្រូវយកចិត្តទុកដាក់អនុវត្តច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ ពិសេសចូលរួមក្នុងចលនាប្រលងប្រណាំងទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ ឲ្យបានកាន់តែខ្លាំងក្លា និងស៊ីជម្រៅថែមទៀតនៅទូទាំងប្រទេស។

១ .អំពីផលប្រយោជន៍នៃវិស័យទេសចរណ៍

(១២) វិស័យទេសចរណ៍ផ្តល់ផលប្រយោជន៍យ៉ាងច្រើនដល់សេដ្ឋកិច្ច សង្គម វប្បធម៌ និងបរិស្ថានទាំងដោយផ្ទាល់ និងដោយប្រយោល។ ទេសចរណ៍គឺជាចលករដ៏សំខាន់មួយក្នុងការរួមចំណែកជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច តាមរយៈការចាក់បញ្ចូលភ្លាមៗនៃរូបិយប័ណ្ណបរទេស (ចំណូលបរទេស) ទៅក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា ដោយជំរុញសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច បង្កើនចំណែកនៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប (GDP) បង្កើត និងបង្កើនការងារ មុខរបរ និងចំណូលប្រជាពលរដ្ឋ និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ ចំណូលទេសចរណ៍វិវត្តរីកចំរើននៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាដែលជាសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី ហើយបង្កើតបានជាមេគុណប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ច ដោយបង្កើនថែមបរិមាណចំណូល ហើយក្លាយជាប្រភពទុនវិនិយោគទាំងសាធារណៈ និងឯកជនដ៏មានឥទ្ធិពល។

ទេសចរណ៍គឺជាការនាំចេញដែលរួមចំណែកទប់ទល់ការបាត់តុល្យភាពនៃជញ្ជីងពាណិជ្ជកម្ម និងការលើកកម្ពស់ភាពប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិ។

(១៣) តាមការសិក្សាបង្ហាញថា នៅឆ្នាំ២០១១ វិស័យទេសចរណ៍ដែលជាការនាំចេញនូវនឹងកន្លែង បាននាំមកនូវចំណូលប្រមាណ ១.៩១២លានដុល្លារ ស្មើនឹងប្រមាណ ១២% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប (GDP) ចាក់បញ្ចូលទៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា (ដោយមិនគិតមេគុណប្រសិទ្ធភាព២) ព្រមទាំងបង្កើតការងារដោយផ្ទាល់ប្រមាណ ៣៥ម៉ឺននាក់ និងដោយប្រយោលរាប់សិបម៉ឺនបន្ថែមទៀត។ តាមការប៉ាន់ស្មាន ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ ៤.៥លាននាក់ នៅឆ្នាំ២០១៥ និងប្រមាណ ៧លាននាក់ នៅឆ្នាំ២០២០ នឹងនាំមកនូវចំណូលសរុបប្រមាណ ៥.០០០ លានដុល្លារអាមេរិក និងបង្កើត និងបង្កើននូវឱកាសការងារដោយផ្ទាល់យ៉ាងច្រើនជូនដល់ប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជាប្រមាណ ៨០ម៉ឺននាក់។

(១៤) វិស័យទេសចរណ៍ក៏បានផ្តល់ឱកាសការងារជាច្រើនដល់ប្រជាពលរដ្ឋ និងផ្តល់ប្រាក់ចំណូលដែលជួយលើកកំពស់ជីវភាពរស់នៅ និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ កម្លាំងពលកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ភាគច្រើនជាស្ត្រី (មាន៥៥%) ហើយកម្លាំងពលកម្មនេះទាមទារសមត្ថភាពជំនាញដោយមានការបណ្តុះបណ្តាលត្រឹមត្រូវ។ និយោជិកទេសចរណ៍ម្នាក់អាចជួយចិញ្ចឹមគ្រួសារនៅជនបទប្រមាណ២ ឬ៣នាក់។ នៅក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិនេះ យើងសង្កេតឃើញថា ពុំមានការបិទអាជីវកម្ម សេវាកម្មទេសចរណ៍ ឬមានការកាត់បន្ថយបុគ្គលិកឡើយ គឺគ្រាន់តែមានការកាត់បន្ថយម៉ោងធ្វើការខ្លះ (តាមរយៈការផ្លាស់ប្តូរម៉ោងពេលធ្វើការ) ប៉ុណ្ណោះ។

២. ការកាត់បន្ថយភាពធ្លុះធ្លាយសេដ្ឋកិច្ចតាមរយៈវិស័យទេសចរណ៍

(១៥) សម្រាប់ប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍដូចជាកម្ពុជា ភាពធ្លុះធ្លាយសេដ្ឋកិច្ចជាប្រការដែលពុំអាចជៀសវាងបាន។ តាមការសិក្សាកន្លងមក ភាពធ្លុះធ្លាយក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នេះមានប្រមាណ ២៥% អាស្រ័យដោយនៅមានការនាំចូលឧបករណ៍ សម្ភារៈ ប្រេងឥន្ធនៈ គ្រឿងភេសជ្ជៈ គ្រឿងសង្ហារឹម បន្លែ ត្រី សាច់ កម្លាំងពលកម្ម។ល។ ពីខាងក្រៅប្រទេស។

(១៦) ដើម្បីកាត់បន្ថយភាពធ្លុះធ្លាយសេដ្ឋកិច្ចនេះ យើងចាំបាច់ឲ្យមានសម្បទាទេសចរណ៍ប្រកបដោយគុណភាពស្តង់ដារអន្តរជាតិគ្រប់គ្រាន់ និងសម្បូរបែប ផលិតផលក្នុងស្រុកត្រូវបានលើកកម្ពស់ ធានាបាននូវការផ្គត់ផ្គង់ទីផ្សារទាំងបរិមាណ និងគុណភាព ព្រមជាមួយនឹងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សសមស្របលំដាប់អន្តរជាតិ។

(១៧) ការបង្កើតសហគមន៍ទេសចរណ៍មូលដ្ឋាន សហគមន៍សិប្បកម្មផលិតវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ សហគ្រាសខ្នាតតូច ខ្នាតមធ្យម និងខ្នាតតូចបំផុត និងសកម្មភាពទេសចរណ៍នានា គឺជាយន្តការដ៏មានប្រសិទ្ធភាពបំផុតក្នុងការបង្កើតការងារ កាត់បន្ថយការធ្វើចំណាកស្រុក លើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅ និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាពលរដ្ឋ។

(១៨) យើងនៅជួបបញ្ហាប្រឈមអំពីការខ្វះខាតបុគ្គលិកជំនាញ ដើម្បីបម្រើការរីកចម្រើននៃវិស័យទេសចរណ៍ យើងត្រូវការបុគ្គលិកជំនាញប្រមាណ ៨០ម៉ឺននាក់ បម្រើវិស័យទេសចរណ៍នៅឆ្នាំ២០២០ ដែលគ្រោងទាក់ទាញទេសចរអន្តរជាតិឲ្យបាន ៧លាននាក់ មកទស្សនាកម្ពុជា និងទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណ ៨ ទៅ១០លាននាក់។ បច្ចុប្បន្ន ក្រសួងទេសចរណ៍កំពុងខិតខំយ៉ាងសកម្មក្នុងការបង្កើតវិទ្យាស្ថានជាតិទេសចរណ៍ តាមរយៈការស្វែងរកជំនួយឧបត្ថម្ភពីសំណាក់ស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាល ទាំងនៅអឺរ៉ុប និងអាស៊ី ក្នុងការបង្កើតសាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ ព្រមទាំងជំរុញឲ្យវិទ្យាស្ថានបណ្តុះបណ្តាលទេសចរណ៍ឯកជនទាំងអស់ យកចិត្តទុកដាក់ពង្រឹងគុណភាពអប់រំ និងកម្មវិធីសិក្សា ដើម្បីឈានទៅធានាការធ្វើបំលាស់ទីអ្នកជំនាញទេសចរណ៍អាស៊ាននាឆ្នាំ២០១៥ ឲ្យទទួលបានប្រសិទ្ធភាព និងគុណភាពខ្ពស់។

៣. **ការងារផែនការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍**

(១៩) យោងតាមច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ ផែនការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ រួមមានផែនការថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់តំបន់ ត្រូវដាក់ជូនរាជរដ្ឋាភិបាលអនុម័ត និងបញ្ចូលទៅក្នុងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍជាតិ។ ដើម្បីជាការគាំទ្រ និងធានាឲ្យកិច្ចអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ ក្រសួងទេសចរណ៍យកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ក្នុងការរៀបចំ កសាងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាឆ្នាំ ២០១២-២០២០។ ផែនការនេះប្រមូលផ្តុំទៅលើទិសដៅជាយុទ្ធសាស្ត្រគន្លឹះ៦ រួមមាន ៖

1) ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍
2) ការសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍
3) ការតភ្ជាប់ និងសម្រួលការធ្វើដំណើរ ដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍
4) ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់
5) ប្រព័ន្ធច្បាប់ និងយន្តការគ្រប់គ្រង
6) ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស

(២០) យុទ្ធសាស្ត្រនេះ ស្របគ្នាទៅនឹងយុទ្ធសាស្ត្រទេសចរណ៍អាស៊ានឆ្នាំ ២០១១-២០១៥ និងយុទ្ធសាស្ត្រទេសចរណ៍មហាអនុតំបន់មេគង្គ (GMS) ២០០៦-២០១៥។

(២១) នៅក្រោមយុទ្ធសាស្ត្រនេះ យើងក៏បាននិងកំពុងរៀបចំផែនការតាមផ្នែកនីមួយៗ ដូចជាផែនការទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរ ភូមិភាគឦសាន តំបន់ជុំវិញបឹងទន្លេសាប។ល។ ផែនការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តាមរាជធានី-ខេត្ត ផែនការ និងគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍអេកូទេសចរណ៍។

(២២) នៅក្នុងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រក៏បានចែងអំពីតម្រូវការហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រទេសចរណ៍ ដូចជាព្រលានយន្តហោះខ្នាតអន្តរជាតិធំមួយដែលមានចំណុះជាង ១០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ កសាងកំពង់ផែទេសចរណ៍បន្ថែមទៀតនៅតំបន់ឆ្នេរ ព្រលាន ឬវាលយន្តហោះនៅតាមខេត្តសំខាន់ៗមួយចំនួន ដូចជា ខេត្តបាត់ដំបង ខេត្តព្រះវិហារ ខេត្តរតនគីរី ខេត្តកោះកុង។ល។

(២៣) យុទ្ធសាស្ត្រក៏បានចង្អុលបង្ហាញថា កម្ពុជាគ្រោងទាក់ទាញទេសចរអន្តរជាតិឲ្យបាន ៧លាននាក់ និងទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណពី ៨ ទៅ១០លាននាក់ ក្នុងឆ្នាំ២០២០ ហើយវិស័យទេសចរណ៍នឹងនាំមកនូវចំណូលប្រមាណជា ៥.០០០លានដុល្លារ ក្នុងមួយឆ្នាំ នៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា និងផ្តល់ការងារប្រមាណជា ៨០ម៉ឺន ទៅមួយលាននាក់។

(២៤) យើងបានរៀបចំកម្មវិធីវិនិយោគ៣ឆ្នាំរំកិល ២០១៣-២០១៥ សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ដែលក្នុងនោះមានចំនួន ៩គម្រោង ដែល២គម្រោងកំពុងអនុវត្ត និង៧គម្រោងទៀតសម្រាប់អនុវត្តបន្ត។ ការងារវិនិយោគក្នុងវិស័យទេសចរណ៍សម្រាប់ឆ្នាំ២០១១ ទុនវិនិយោគលើវិស័យទេសចរណ៍សរុបមានប្រមាណ ៨៥៥លានដុល្លារ ពិសេសគម្រោងវិនិយោគតាមបណ្តាកោះ គឺមានចំនួន ៣៦គម្រោង ក្នុងនោះមានគម្រោងវិនិយោគមួយចំនួនពុំមានសកម្មភាពពិតប្រាកដ គ្រាន់តែមានគម្រោង តែពុំទាន់បានដំណើរការ។ (ឧបសម្ព័ន្ធទី២)

(២៥) ចំពោះការងារក្នុងក្របខណ្ឌមហាអនុតំបន់ទន្លេមេគង្គ (GMS) ក៏ត្រូវបានជំរុញយ៉ាងសកម្ម ដោយផ្តោតលើគម្រោងទាំង ២៩ របស់យុទ្ធសាស្ត្រទេសចរណ៍ GMS ២០០៦-២០១៥ និងការរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រពាក់កណ្តាលអាណត្តិ និងផែនទីបង្ហាញផ្លូវ២០១១-២០១៥ ថែមទៀត។ យើងបានសិក្សាគម្រោងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅតាមច្រករបៀងសេដ្ឋកិច្ចភាគខាងត្បូង ដើម្បីស្នើសុំជំនួយពីដៃគូអភិវឌ្ឍ ក្នុងនោះគម្រោងកំពង់ផែទេសចរណ៍នៅខេត្តកំពត ត្រូវបានលើកឡើងដើម្បីបើកច្រកចូលតាមផ្លូវសមុទ្រមួយទៀតរបស់ភាគខាងត្បូងកម្ពុជា។

(២៦) ក្នុងក្របខណ្ឌ (GMS) នេះ យើងបាននិងកំពុងអនុវត្តប្រកបដោយជោគជ័យនូវគម្រោងរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលជប៉ុន (តាមរយៈធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី) អំពីគម្រោងលើកកម្ពស់ទីផ្សារលក់ផលិតផលសម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋក្រីក្រនៅភូមិភាគកណ្តាលនៃប្រទេសកម្ពុជា (ខេត្តកំពង់ធំ) ពិសេសជួយដល់សហគមន៍មូលដ្ឋាន ជួយគាំទ្រសហគ្រាសខ្នាតតូច និងតូចបំផុត ដែលដឹកនាំដោយស្ត្រីនៅភូមិគោលដៅចំនួន១១ស្លិតនៅជុំវិញតំបន់ប្រាសាទសម្បូរណ៍ព្រៃគុក ខេត្តកំពង់ធំ ដើម្បីជួយកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រតាមរយៈវិស័យទេសចរណ៍។

(២៧) ការងារមេគង្គ-ជប៉ុន (Mekong-Japan) : កំពុងមានការអភិវឌ្ឍគួរឲ្យកត់សំគាល់ ពិសេសរាជរដ្ឋាភិបាលជប៉ុនបានចូលរួមចំណែកយ៉ាងសកម្មផ្តល់ជំនួយ និងហិរញ្ញប្បទាន ដើម្បីជំរុញកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងការអភិវឌ្ឍប្រទេសទាំងប្រាំក្នុងតំបន់មេគង្គ។ ក្នុងកិច្ចប្រជុំកំពូលមេគង្គ-ជប៉ុនលើកទី៤ថ្មីៗនេះនៅទីក្រុងតូក្យូ រាជរដ្ឋាភិបាលជប៉ុនបានព្រមព្រៀងផ្តល់ជំនួយប្រមាណ ៦.០០០ លានដុល្លារអាមេរិកសម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍តំបន់មេគង្គ ហើយគម្រោងនេះផ្តោតទៅលើការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងទេសចរណ៍។ ព្រមជាមួយនោះ ជប៉ុនក៏បានយកចិត្តទុកដាក់ជំរុញការងារឃោសនាផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ការតាំងពិព័រណ៍ ការសំដែងសិល្បៈ ការផ្លាស់ប្តូរវប្បធម៌ ប្រពៃណី ការគាំទ្រដល់គ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងការធ្វើសិក្ខាសាលានានានៅក្នុងតំបន់មេគង្គផងដែរ។

៤. កិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ និងអាស៊ាន

(២៨) កិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ គឺជាផ្នែកដ៏សំខាន់នៃការធ្វើសមាហរណកម្មកម្ពុជាទៅក្នុងតំបន់ និងពិភពលោក។ លទ្ធផលនៃសមាហរណកម្មនេះគឺជួយជំរុញបន្ថែមល្បឿននៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ចំពោះកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ "ត្រីកោណអភិវឌ្ឍ" កម្ពុជា-វៀតណាម-ឡាវ ក៏កំពុងត្រូវបានជំរុញយ៉ាងខ្លាំងផងដែរ ពិសេសគឺការកសាងផ្លូវគមនាគមន៍តភ្ជាប់ ការបើកច្រកទ្វារបន្ថែម និងការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ឆ្លងកាត់ព្រំដែនជាដើម។ ដោយឡែក កិច្ចសហប្រតិបត្តិការក្នុងក្របខណ្ឌ "ត្រីកោណមរកត" កម្ពុជា-ឡាវ-ថៃ ការអភិវឌ្ឍនៅមានកម្រិតនៅឡើយ។

(២៩) កម្ពុជាជាសមាជិកសកម្មមួយនៃអាស៊ាន ហើយឆ្នាំ២០១២ កម្ពុជាជាប្រធានអាស៊ានដែលជាកិត្តិយសដ៏ឧត្តុង្គឧត្តមសម្រាប់ប្រទេសជាតិយើង។ កាលពីខែមករា ឆ្នាំ២០១១ កន្លងមក កម្ពុជាយើងសម្រេចបានជោគជ័យ ក្នុងការធ្វើជាម្ចាស់ផ្ទះនៃការរៀបចំវេទិកាទេសចរណ៍អាស៊ាន (ATF) នៅរាជធានីភ្នំពេញ។ កិច្ចប្រជុំថ្នាក់រដ្ឋមន្ត្រីទេសចរណ៍អាស៊ានបានសម្រេច និងអនុម័ត «យុទ្ធសាស្ត្រទេសចរណ៍អាស៊ាន ឆ្នាំ២០១១-២០១៥» ដែលជាឯកសារសំខាន់បំផុតសម្រាប់អាស៊ានរួមគ្នា ជំរុញអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍។ នៅក្នុងឱកាសនោះដែរ យើងក៏បានរៀបចំកិច្ចប្រជុំថ្នាក់រដ្ឋមន្ត្រីទេសចរណ៍ GMS ហើយក៏បានសម្រេចផែនទីបង្ហាញផ្លូវ GMS ឆ្នាំ២០១១-២០១៥ ស្របតាមយុទ្ធសាស្ត្រទេសចរណ៍ GMS ផងដែរ។

(៣០) ស្របតាមស្មារតីនៃយុទ្ធសាស្ត្រទេសចរណ៍អាស៊ានឆ្នាំ២០១១-២០១៥ យើងបានជំរុញកិច្ចការជាច្រើនបន្តបន្ទាប់ ដូចជាការបង្កើត និងដំណើរការគណៈកម្មាធិការទទួលស្គាល់អ្នកជំនាញទេសចរណ៍ ការបើកសិក្ខាសាលាថ្នាក់ជាតិដើម្បីផ្សព្វផ្សាយអំពីកិច្ចព្រមព្រៀងទទួលស្គាល់គ្នាទៅវិញទៅមកនៃអ្នកជំនាញទេសចរណ៍អាស៊ាន (MRA) និងការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធដើម្បីគ្រប់គ្រង និងអនុវត្តកិច្ចការនេះ។

(៣១) នៅក្នុងឆមាសទី១ ឆ្នាំ២០១២ យើងក៏បានរៀបចំប្រកបដោយជោគជ័យនូវកិច្ចប្រជុំក្រុមការងារទេសចរណ៍អាស៊ានទាំងអស់នៅភ្នំពេញ ដែលក្នុងនោះកម្ពុជាយើងក៏បានទទួលជាប្រទេសនាំមុខផ្នែកស្តង់ដារទីក្រុងស្អាត សហគមន៍ទេសចរណ៍ និងជាអនុប្រធានគណៈកម្មការថវិកា និងសមាហរណកម្មអាស៊ាន (យើងនឹងត្រូវធ្វើជាប្រធានគណៈកម្មការនេះ នាឆ្នាំ២០១៣-២០១៤) ។

(៣២) ក្នុងក្របខណ្ឌកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអនុតំបន់ ACMECS, CLMV, CLV ដោយកម្ពុជាយើងជាប្រទេសនាំមុខផ្នែកទេសចរណ៍ យើងបានរៀបចំកិច្ចប្រជុំក្រុមការងារទេសចរណ៍ និងក៏បានត្រៀមរៀបចំកិច្ចប្រជុំក្រុមការងារទេសចរណ៍នេះបន្តទៀតនៅឆ្នាំ២០១២ ព្រមជាមួយកិច្ចប្រជុំក្រុមការងារទេសចរណ៍មេគង្គ-ជប៉ុន ដើម្បីត្រៀមសម្រាប់កិច្ចប្រជុំថ្នាក់រដ្ឋមន្ត្រីមេគង្គ-ជប៉ុននៅខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១២ នៅរាជធានីភ្នំពេញ ស្របជាមួយកិច្ចប្រជុំកំពូលអាស៊ាន។ ក្នុងក្របខណ្ឌអាស៊ាន+3 (ចិន-ជប៉ុន-កូរ៉េ) យើងក៏បានត្រៀមសម្រាប់ការចុះហត្ថលេខាលើ អនុស្សរណៈនៃកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងអាស៊ាននិងអាស៊ាន+3 (MOC) នៅខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១២ ខាងមុខនៅកម្ពុជាផងដែរ។ ព្រឹត្តិការណ៍នេះគឺជាជោគជ័យមួយទៀតដែល

MOC វិស័យទេសចរណ៍និងត្រូវចុះហត្ថលេខានៅកម្ពុជាដោយរដ្ឋមន្ត្រីទេសចរណ៍ប្រទេសអាស៊ាន និងអាស៊ាន+3 និងចុះហត្ថលេខានៅចំពោះមុខប្រមុខថ្នាក់ដឹកនាំប្រទេសក្នុងកិច្ចប្រជុំកំពូលអាស៊ាន។

(៣៣) ចំពោះ ACMECS យើងបាននិងកំពុងបន្តជំរុញកិច្ចសហការជាមួយភាគីថៃលើការរៀបចំ និងអនុវត្តទិដ្ឋាការទោល (ACMECS Single Visa) ដែលនឹងជួយជំរុញទាក់ទាញទេសចរបន្ថែមមកកាន់តំបន់នេះ។

(៣៤) ឆ្នាំ២០១១ និងឆមាសទី១ ឆ្នាំ២០១២ យើងមានកិច្ចការជាច្រើនពាក់ព័ន្ធនឹងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ ក្នុងនោះរួមមាន៖

- កិច្ចសហការជាមួយអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក UNWTO ក្នុងការបន្តគម្រោង" Mekong Discovery Trail " ដំណាក់កាលទី៣ និងទី៤នៅខេត្តក្រចេះ។ គម្រោងនេះទទួលបានជោគជ័យ និងការគាំទ្រទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិ ពិសេស គឺជាគម្រោងគំរូមួយនៃការអនុវត្តសហគមន៍ទេសចរណ៍ដើម្បីជួយកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។
- យើងមានកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយប្រទេសអូស្ត្រាលី និងអង្គការ UNESCO លើគម្រោងផែនការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍បឹងទន្លេសាប និងតំបន់ជុំវិញ។ ក្រោមការឧបត្ថម្ភគាំទ្រពីរដ្ឋាភិបាលអូស្ត្រាលី គណៈប្រតិភូកម្ពុជាដែលរួមមានគណៈអភិបាលខេត្តតំបន់ឆ្នេរទាំង៤ រួមនិងមន្ត្រីជំនាញ បានទៅសិក្សាដកបទពិសោធន៍ពីកិច្ចអភិវឌ្ឍតំបនឆ្នេរនៅប្រទេសអូស្ត្រាលី។ យើងកំពុងបន្តកិច្ចសហការជាមួយអូស្ត្រាលី ដើម្បីរៀបចំដំណើរទស្សនកិច្ចសិក្សាដកពិសោធន៍នៅប្រទេសអូស្ត្រាលីដល់គណៈអភិបាលខេត្ត និងមន្ត្រីជំនាញខេត្តទាំង៦នៅជុំវិញទន្លេសាប។
- យើងបាននិងកំពុងសហការជាមួយសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ (សាកលវិទ្យាល័យ Cheju) ដើម្បីជួយរៀបចំគម្រោងវិទ្យាស្ថានជាតិទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប។
- យើងបន្តកិច្ចសហការជាមួយស្វីស (The shift 360 foundation) ដើម្បីរៀបចំបង្កើតសាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈធ្វើម្ហូបនៅកម្ពុជា និងសហការជាមួយ AFD (បារាំង) ដើម្បីសិក្សាអំពីលទ្ធភាពបង្កើតសាលាទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិនៅពេលខាងមុខ។

កិច្ចសហប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍ជាមួយមជ្ឈមណ្ឌលអាស៊ាន-ជប៉ុន (ASEAN Japan Center)

(៣៥) ក្រសួងទេសចរណ៍បានសហការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយ ASEAN-Japan Center ដើម្បីធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្ស ទាំងផ្នែករដ្ឋ និងឯកជន តាមរយៈការរៀបចំជាសិក្ខាសាលា និងកិច្ចប្រជុំផ្សេងៗ។ ព្រមជាមួយគ្នានេះ ក្រសួងទេសចរណ៍ក៏តែងបានបញ្ជូនមន្ត្រីជំនាញ សិប្បករ សិល្បករ និងនិស្សិតទៅចូលរួមតាំងពិព័រណ៍ សំដែងសិល្បៈ សិក្ខាសាលា និងទស្សនកិច្ចសិក្សា នៅប្រទេសជប៉ុនជារៀងរាល់ឆ្នាំ។

កិច្ចសហប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍ជាមួយមជ្ឈមណ្ឌលអាស៊ាន-កូរ៉េ (ASEAN-Korea Center)

(៣៦) ក្រសួងទេសចរណ៍បានសហការជាមួយ ASEAN-Korea Center លើការងារពង្រឹង និងអភិវឌ្ឍគេហទំព័រ (Website) របស់ក្រសួងទេសចរណ៍ជាភាសាកូរ៉េ និងកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលភាសាកូរ៉េ

ដល់អ្នកជំនាញទេសចរណ៍កម្ពុជា ព្រមជាមួយនេះ មជ្ឈមណ្ឌលក៏បានផ្តល់ឱកាសចូលរួមសិក្ខាសាលាពិព័រណ៍ ដល់មន្ត្រីទេសចរណ៍ និងសិល្បៈករនៅប្រទេសកូរ៉េ។

កិច្ចសហប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍ជាមួយមជ្ឈមណ្ឌលអាស៊ាន-ចិន (ASEAN-China Center)

(៣៧) ក្រសួងទេសចរណ៍បានសហការជាមួយ ASEAN-China Center ដើម្បីស្នើសុំការជួយឧបត្ថម្ភគាំទ្រលើផ្នែកបណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្សផ្នែកជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ ការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទាក់ទាញទីផ្សារទេសចរណ៍ចិន និងការជំរុញឲ្យមានការហោះហើរពីទីផ្សារសំខាន់ៗរបស់ចិនបន្ថែមទៀតមកកាន់កម្ពុជា។

កិច្ចសហប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍ជាមួយធនាគារអភិវឌ្ឍន៍ចិន (China Development Bank)

(៣៨) ក្រសួងទេសចរណ៍បានចុះហត្ថលេខាលើអនុស្សារណៈនៃការយោគយល់គ្នាជាមួយធនាគារអភិវឌ្ឍចិន (China Development Bank Corperation) កាលពីថ្ងៃទី ៣១ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១២ សំដៅជម្រុញកិច្ចសហប្រតិបត្តិការលើការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ និងគម្រោងវិនិយោគទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា។

៥. ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍

(៣៩) ផលិតផលទេសចរណ៍ជាច្រើនត្រូវបានអភិវឌ្ឍ និងធ្វើឲ្យប្រសើរឡើង ស្របតាមតម្រូវការទេសចរណ៍នៅឆ្នាំ២០១១ និងឆមាសទី១ ឆ្នាំ២០១២។ ជាក់ស្តែង រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍នៅតាមរាជធានី-ខេត្តទូទាំងប្រទេសត្រូវបានកែលម្អ និងបង្កើតថ្មីបន្ថែម លើកកម្ពស់គុណភាព និងពង្រឹងសន្តិសុខសណ្តាប់ធ្នាប់។ គោលដៅចម្បងរបស់យើង គឺឆ្ពោះទៅរកភាពបៃតង ស្របតាមទស្សនៈទេសចរណ៍ជាមាសបៃតង (ទេសចរណ៍បៃតង) ដោយស្រូបយកចំណូលបានផង ហើយរក្សាបរិស្ថានបានល្អថែមទៀត។

(៤០) ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធត្រូវបានអភិវឌ្ឍនៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍ និងការតភ្ជាប់ទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍ ក្នុងនោះរួមមាន ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធអភិវឌ្ឍទីប្រជុំជន និងជនបទ មានទឹក ភ្លើង ផ្លូវ និងសម្បទាទេសចរណ៍។ គម្រោងផ្លូវជាតិ ផ្លូវដែក ស្ពានធំៗត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលដាក់ឲ្យដំណើរការ និងចាប់ផ្តើមសាងសង់ ដូចជា ផ្លូវជាតិលេខ៣ លេខ១ ស្ពានអ្នកលឿង ស្ពានឆ្លងទន្លេមេគង្គនៅខេត្តស្ទឹងត្រែង ផ្លូវតភ្ជាប់ទៅកាន់ភូមិភាគឦសាន ។ល។

(៤១) គោលដៅទេសចរណ៍ត្រូវបានពង្រឹងនៅទូទាំងប្រទេស ទាំងទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងធម្មជាតិ ក្នុងនោះអេកូទេសចរណ៍ជាផ្នែកដ៏សំខាន់មួយស្របតាមនិន្នាការពិភពលោកបច្ចុប្បន្ន ឆ្ពោះទៅការពារបរិស្ថាន និងទប់ទល់ការបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ។ តំបន់ទន្លេសាបដែលស្រូបទេសចរប្រមាណជា ២០០០នាក់ ទៅ ៣០០០នាក់ ក្នុងមួយថ្ងៃ បាននិងកំពុងពង្រឹង និងពង្រីកជាប្រចាំដើម្បីផ្តល់ផលិតផលជូនភ្ញៀវ ផ្តល់ផលជូនប្រជាជន និងស្រូបយកភ្ញៀវពីតំបន់អង្គរដែលកាន់តែមានសម្ពាធខ្លាំងឡើងៗជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ យើងមានកិច្ចសហការជាមួយប្រទេសអូស្ត្រាលី និងអង្គការយូណេស្កូក្នុងការរៀបចំផែនការមេនៅជុំវិញបឹងទន្លេសាប

ពិសេសការសិក្សាពង្រីកសហគមន៍ទេសចរណ៍នៅតំបន់នោះ ដើម្បីផ្តល់ឱកាសការងារ លើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅ និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាពលរដ្ឋនៅតំបន់នោះ។

(៤២) តំបន់ទេសចរណ៍វប្បធម៌អង្គរកំពុងត្រូវបានពង្រឹងផែនការគ្រប់គ្រងតំបន់អង្គរឲ្យកាន់តែប្រសើរឡើង ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងសភាពការណ៍វិវត្តឈានឡើងឥតឈប់ឈរនៃវិស័យទេសចរណ៍នៅពេលអនាគត ក្រោមគម្រោងក្របខណ្ឌគ្រប់គ្រងបេតិកភ័ណ្ឌ (Heritage Management Framework) ដែលឧបត្ថម្ភដោយរដ្ឋាភិបាលអូស្ត្រាលី និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងអាជ្ញាធរអប្សរា ក្រសួងទេសចរណ៍ និងអង្គការយូណេស្កូ។

(៤៣) ការហោះហើរតភ្ជាប់អង្គរជាមួយតំបន់ឆ្នេរត្រូវបានសម្រេចក្នុងឆ្នាំ២០១១ និងកំពុងមានប្រតិបត្តិការដោយក្រុមហ៊ុនអាកាសចរជាតិ (Cambodia Angkor Air)។ ការតភ្ជាប់នេះ គឺជាជំហានរីកចម្រើនបន្ថែមទៀតនៃទេសចរណ៍កម្ពុជា ដោយផ្តល់ជំរើសជូនភ្ញៀវទេសចរនាតំបន់វប្បធម៌ និងតំបន់ឆ្នេរព្រមគ្នា និងមានភាពងាយស្រួល ហើយកាន់តែទាក់ទាញបានច្រើន ភ្ញៀវចូលមកកាន់កម្ពុជាតាមនាវាទេសចរណ៍នៅតំបន់ឆ្នេរ ។

(៤៤) ដោយមានការឯកភាពពីរាជរដ្ឋាភិបាល និងការគាំទ្ររបស់អង្គការយូនីស្កូ (UNESCO) និងដោយមានកិច្ចសហការពីស្ថាប័ន និងអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធ យើងបានរៀបចំឯកសារ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តជាច្រើន ដើម្បីដាក់បញ្ចូលឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជាដែលគ្របដណ្តប់លើខេត្តទាំងបួន (ខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តកោះកុង ខេត្តកំពត និងខេត្តកែប) ជាសមាជិកក្លឹបឆ្នេរសមុទ្រដែលស្អាតជាងគេលើសកលលោក។ ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជាត្រូវបានទទួលស្គាល់ជាសមាជិកពេញសិទ្ធក្លឹបនេះ ក្នុងឱកាសមហាសន្និបាតលើកទី៧ របស់ក្លឹប កាលពីថ្ងៃទី ២១-២៦ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១១ នៅប្រទេសសេណេហ្កាល់។ នៅថ្ងៃទី១១ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១១ **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និងលោកជំទាវកិត្តិព្រឹទ្ធបណ្ឌិត** បានអញ្ជើញជាអធិបតីដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ក្នុងពិធីអបអរសាទរការដាក់បញ្ចូលឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជាជាសមាជិកក្លឹបឆ្នេរសមុទ្រដែលស្អាតជាងគេលើសកលលោក និងពិធីប្រកាសផ្សព្វផ្សាយផែនការសកម្មភាពអនុវត្តបន្ត និងការប្រកាសផ្សព្វផ្សាយអំពីកិត្តិនាម: **ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា: តារានាទិសនិរតី** ។ ជាកិច្ចគាំទ្រដល់សក្តានុពលថ្មីនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលបានចេញនូវសេចក្តីសម្រេចបង្កើតក្រុមឆ្នាំឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា ហើយដែលក្រុមឆ្នាំឆ្នេរសមុទ្របង្គោលទី១ ត្រូវបានសហការចូលរួមបណ្តុះបណ្តាលដោយក្រសួងមហាផ្ទៃបារាំងផងដែរ។ ការចូលជាសមាជិកឆ្នេរសមុទ្រដ៏ស្អាតជាងគេលើសកលលោកនេះ គឺជាកាលានុវត្តភាពថ្មីបន្ថែមទៀតសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ដោយបាននាំមកនូវអត្ថប្រយោជន៍សំខាន់ៗ គឺធ្វើឲ្យតំបន់ឆ្នេរកម្ពុជាក្លាយទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ ចូលរួមបង្កើតការងារ លើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋតំបន់ឆ្នេរ កាត់បន្ថយកចំណាកស្រុក ការទទួលបាននូវបទពិសោធន៍ល្អៗពីសំណាក់សមាជិកក្លឹបដ៏ទៃៗទៀត និងការជំរុញឲ្យភាគីពាក់ព័ន្ធនានាចូលរួមក្នុងការថែរក្សាការពារធនធានជីវៈចម្រុះនៅតាមតំបន់ឆ្នេរជាដើម។ នៅថ្ងៃទី ៣០-៣១ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១១ យើងក៏បានប្រារព្ធធ្វើពិធីបុណ្យសមុទ្រលើកទី១ រួមជាមួយបុណ្យឆ្លងឆ្នាំសកល ប្រកបដោយភាពអធិកអធមបំផុត នៅឆ្នេរអូរឈើទាលដែលរួមបញ្ចូលព្រឹត្តិការណ៍ជាច្រើន រួមមាន កីឡា សិល្បៈ ការតាំងបង្ហាញផលិតផលម្ហូបអាហារ។ ព្រឹត្តិការណ៍ទាំងនេះគឺជាកម្លាំងទាក់ទាញទេសចរបន្ថែមទៅកាន់តំបន់ឆ្នេរ។

(៨៥) នៅថ្ងៃទី ៣-៤ ខែតុលា ឆ្នាំ២០១១ យើងបានរៀបចំសន្និសីទអេកូទេសចរណ៍ពិភពលោក និងកិច្ចប្រជុំតុមូលថ្នាក់រដ្ឋមន្ត្រីទេសចរណ៍ប្រកបដោយជោគជ័យ នៅខេត្តព្រះសីហនុ ដោយបានដាក់ចេញនូវសេចក្តីប្រកាសក្រុងព្រះសីហនុស្តីពីកិច្ចសហប្រតិបត្តិការពហុភាគីសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍអេកូទេសចរណ៍ (Sihanoukville Declaration on Multilateral Cooperation for Ecotourism Development) ហើយដែលក្រោយមកសេចក្តីប្រកាសនេះបានទទួលការគាំទ្រពីអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោករួចហើយដែរ។

(៨៦) រមណីយដ្ឋានឋានសួគ៌ "បូកគោ" ជាគោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីមួយទៀតដ៏ល្អប្រណិត ដែលត្រូវបានវិនិយោគដោយក្រុមហ៊ុនវិនិយោគសូគីមិច (SOKIMEX Investment Group) ហើយត្រូវបានបើកឲ្យដំណើរការនៅថ្ងៃទី ៣ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១២នេះ ក្រោមអធិបតីភាពដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់របស់ **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា**។ រមណីយដ្ឋានដ៏ប្រណិតនេះ គឺជាផលិតផលថ្មីដែលមានលក្ខណៈជាប្រវត្តិសាស្ត្រនៅតំបន់ឆ្នេរកម្ពុជា។ ការបើកឡើងវិញនៃរមណីយដ្ឋាននេះ គឺជាការបើកទំព័រថ្មីនៃប្រវត្តិសាស្ត្របន្ទាប់ពីការបិទអស់រយៈពេលជាង៤០ឆ្នាំ។ រមណីយដ្ឋានបូកគោនឹងក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ទាក់ទាញមួយដ៏ធំ (មេដែកស្រូប) នៃតំបន់ឆ្នេរកម្ពុជា ដោយស្រូបយកភ្ញៀវទាំងក្នុងស្រុក និងភ្ញៀវមកពីភាគខាងត្បូងប្រទេសវៀតណាម និង ភាគអាគ្នេយ៍ប្រទេសថៃ ព្រមទាំងភ្ញៀវមកពីតំបន់ផ្សេងៗទៀតមកកាន់តំបន់នេះ។

(៨៧) គោលដៅអេកូទេសចរណ៍កំពុងឲ្យបានរៀបចំអភិវឌ្ឍយ៉ាងខ្លាំងក្លាទូទាំងប្រទេស យើងមានតំបន់អេកូទេសចរណ៍សំខាន់ៗ គឺនៅភូមិភាគឦសាន តំបន់ជុំវិញបឹងទន្លេសាប តំបន់ជួរភ្នំក្រវាញ និងតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រ។ តំបន់អេកូទេសចរណ៍បឹងទន្លេសាបដែលសម្បូរទៅដោយជីវៈចម្រុះគ្រប់ប្រភេទ ភូមិនេសាទ ភូមិបណ្តែតទឹក កំពុងស្រូបយកទេសចរប្រមាណពី ២០០០នាក់ ទៅ៣០០០នាក់ ក្នុងមួយថ្ងៃ តំបន់ភូមិភាគឦសានក៏កំពុងមានការរីកចម្រើនគួរឲ្យកត់សម្គាល់ផងដែរ ទឹកជ្រោះសុភ័ក្រមិត្ត (តំបន់ល្បាក់ខោន) តំបន់អភិរក្សសត្វស្លាបសៀមប៉ាង ពិសេសតំបន់កាំពីដែលជាអន្លង់ផ្សោតមេគង្គទឹកសាបដ៏ធំបំផុត ហើយដែលកំពុងទទួលបាននូវការជួយថែរក្សា និងអភិរក្សយ៉ាងសកម្មពីសំណាក់អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក (UNWTO) និងអង្គការអន្តរជាតិដទៃទៀត។ នៅតាមទីប្រជុំជន និងទីក្រុងក៏មានការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ពិសេសសម្បទាទេសចរណ៍សណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន មណ្ឌលកម្សាន្ត ផ្សាររាត្រី។ល។

(៨៨) **អំពីគម្រោងផ្លូវទស្សនាមេគង្គ** (Mekong Discovery Trail Project) គម្រោងនេះបានទទួលការឧបត្ថម្ភផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុពីអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក រដ្ឋាភិបាលអេស្ប៉ាញ អង្គការ SNV និងថវិកាបដិភាគរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល។ គម្រោងបានរៀបចំអភិវឌ្ឍសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ចំនួន ៨កន្លែង តាមដងទន្លេមេគង្គក្នុងខេត្តក្រចេះ និងខេត្តស្ទឹងត្រែង ព្រមទាំងបានបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកធ្វើផែនការសហគមន៍ ផ្នែកបដិសណ្ឋារកិច្ច អាជីវកម្មខ្នាតតូច ភាសាអង់គ្លេស និងជំនាញផ្សេងៗក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ដល់ប្រជាសហគមន៍ អាជីវករទេសចរណ៍ និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធសរុបចំនួន ៨៣២នាក់ ។ គួរកត់សំគាល់ សហគមន៍ទេសចរណ៍កោះទ្រង់ជាសហគមន៍ដែលឈានមុខគេ ហើយដែលបានអនុវត្តជាគំរូនូវចលនា ទេសចរម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម ប្រកបដោយជោគជ័យ។ ជាងនេះទៀត យើងបានសាងសង់បង្គន់អនាម័យ ជណ្តើរ អាហារដ្ឋាន

នៅតាមសហគមន៍គោលដៅ និងបានផលិតស្លាកសញ្ញា ផែនទី បណ្ណផ្ទត់ទេសចរណ៍ ប៉ាន់ណូ កាតរូបភាព ស្ប៉តវីដេអូខ្លី គេហទំព័រ ដើម្បីធ្វើការអប់រំ ផ្សព្វផ្សាយ និងជួយសំរួលដល់ទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ និងដើម្បីបំរើដល់សហគមន៍មូលដ្ឋាន។ បច្ចុប្បន្នគម្រោងនេះកំពុងស្វែងរកប្រភពហិរញ្ញវត្ថុបន្ថែម ដើម្បីអនុវត្តផែនការដំណាក់កាលទី៥ជាបន្តទៀត។

អំពីសហគមន៍ទេសចរណ៍

(៤៩) សហគមន៍ទេសចរណ៍មានតួនាទីសំខាន់ក្នុងការរួមចំណែកអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ការការពារថែរក្សាបរិស្ថាន ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងទប់ស្កាត់ការធ្វើចំណាកស្រុក។ សេវាកម្មផ្តល់ដោយប្រជាសហគមន៍ដូចជា ផ្ទះស្នាក់ ម្ហូបអាហារ មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនសាមញ្ញ មគ្គុទ្ទេសក៍ វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ការសម្តែងសិល្បៈ។ល។ ដែលសេវាកម្មទាំងអស់នេះ សុទ្ធតែបង្កើនភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍ និងផ្តល់ចំណូលទេសចរណ៍ដោយផ្ទាល់ជូនដល់សហគមន៍មូលដ្ឋាន។ បច្ចុប្បន្ននេះយើងមានសហគមន៍ទេសចរណ៍ប្រមាណ៨៧ ដែលកំពុងខិតខំអភិវឌ្ឍខ្លួនយ៉ាងសកម្ម ក្រោមការជួយឧបត្ថម្ភ ដឹកនាំ និងបណ្តុះបណ្តាលពីក្រសួងទេសចរណ៍ ក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ និងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល ក្នុងនោះ យើងសង្កេតឃើញសហគមន៍ទេសចរណ៍មួយចំនួននៅភូមិភាគឦសាន ជុំវិញបឹងទន្លេសាប សហគមន៍ចំបក់ក្នុងខេត្តកំពង់ស្ពឺ សហគមន៍ជីផាត ពាមក្រសោប គាតៃក្នុងខេត្តកោះកុងជាដើម ដែលកំពង់មានសន្ទុះរីកចម្រើនគួរឲ្យគត់សម្គាល់ និងជាសហគមន៍គំរូ។ ក្រសួងក៏កំពុងសហការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ក្នុងការចងក្រងបទបញ្ញត្តិនានាក្នុងការជំរុញកិច្ចអភិវឌ្ឍ និងគ្រប់គ្រងសហគមន៍ទេសចរណ៍ ក្នុងនោះអង្គការសម្ព័ន្ធមិត្តសត្វព្រៃ (Wildlife Alliance) កំពុងជួយរៀបចំច្បាប់ស្តីពីសហគមន៍ទេសចរណ៍។ (ឧបសម្ព័ន្ធទី៣)

(៥០) ដោយឡែក សកម្មភាពជំរុញការដាំដុះផលិតផលកសិកម្មប្រកបដោយគុណភាព គ្មានការប្រើជាតិគីមី ការចិញ្ចឹមសត្វ ការចិញ្ចឹមត្រី ការផលិតភេសជ្ជៈក្នុងស្រុក ដូចជាស្រាបៀ ស្រាសម្ប៉ាញទឹកត្នោត។ល។ ការវេចខ្ចប់ប្រកបដោយស្តង់ដាអន្តរជាតិកំពុងត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់ជំរុញយ៉ាងសកម្មពីសំណាក់ប្រជាពលរដ្ឋ និងវិនិយោគិនទាំងក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុក ហើយផលិតផលទាំងនេះបានឈានជាបណ្តើរៗ ដើម្បីជំនួសឲ្យការនាំចូល ហើយមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍មួយចំនួនធំបានខិតខំចូលរួមប្រើប្រាស់ផលិតផលទាំងនេះផងដែរ។

អំពីផ្សាររាត្រី និងស្ថានីយ៍ចំណតទេសចរណ៍

(៥១) ផ្សាររាត្រីក៏មានតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការផ្តល់ផលិតផលថ្មីជូនភ្ញៀវ និងផ្តល់ឱកាសជូនប្រជាជន ពិសេសអ្នកក្រីក្រដើម្បីលក់ផលិតផល សិប្បកម្ម វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ម្ហូបអាហារ។ល។ ទទួលបានការងារ និងចំណូលក្នុងការរួមចំណែកកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រផងដែរ។ បច្ចុប្បន្ននេះ យើងមានផ្សាររាត្រីនៅតាមតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជា នៅរាជធានីភ្នំពេញ សៀមរាប ខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តកំពង់ចាម។ល។

(៥២) ស្ថានីយ៍ចំណតទេសចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំ និងមានការចំរើនគួរកត់សម្គាល់នៅតាមបណ្តោយផ្លូវជាតិទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ដែលក្នុងនោះភាគច្រើនគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍដោយផ្នែកឯកជន។ ស្ថានីយ៍ចំណតទេសចរណ៍នេះក៏ផ្តល់ជាកន្លែងឈប់សម្រាក អាហារ ការទិញ-លក់ផលិតផលវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍នានា ផ្តល់ការងារ និងប្រាក់ចំណូល និងលើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជនមូលដ្ឋាននៅតាមតំបន់និមួយៗ។ ស្ថានីយ៍ចំណតទេសចរណ៍នេះបានចូលរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ដល់ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាពលរដ្ឋតាមរយៈវិស័យទេសចរណ៍។ យើងមានគម្រោងរៀបចំបង្កើតស្ថានីយ៍ចំណតទេសចរណ៍ដែលមានលក្ខណៈស្តង់ដារ នៅតាមផ្លូវបំបែកសំខាន់ៗ។

អំពីព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍

(៥៣) ក្រសួងទេសចរណ៍បានយកចិត្តទុកដាក់ជំរុញរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍នានាដោយសហការជាមួយក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ និងផ្នែកឯកជន ក្នុងនោះរួមមានព្រឹត្តិការណ៍វប្បធម៌ កីឡា ដូចជា ព្រះរាជពិធីបុណ្យអុំទូក ច្រត់ព្រះន័ង្គល ពិធីបុណ្យចូលឆ្នាំប្រពៃណីជាតិ បុណ្យឆ្លងឆ្នាំសកល ការរត់ប្រណាំងពាក់កណ្តាលម៉ារ៉ាតុង ការប្រកួតកីឡាវាយកូនហ្គោល ការប្រកួតកីឡាផ្សេងៗ ការប្រគុំតន្ត្រី ការសម្តែងសិល្បៈ ការតាំងពិព័រណ៍ទេសចរណ៍ ការប្រកួតធ្វើម្ហូប និងភេសជ្ជៈ ពិធីបុណ្យសមុទ្រ និងការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗទៀត សុទ្ធសឹងជាផលិតផលទេសចរណ៍ដ៏មានតម្លៃ ដែលអាចទាក់ទាញទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ។

៦. ការគ្រប់គ្រង និងពង្រឹងគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍

ការជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំង "ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ"

(៥៤) យុទ្ធនាការឃោសនាផ្សព្វផ្សាយៈ "**កម្ពុជាៈ ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ**" និងចលនាប្រលងប្រណាំង "**ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ**" គឺជាយន្តការដ៏មានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រង និងពង្រឹងគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍។ យុទ្ធនាការ និងចលនាប្រលងប្រណាំងនេះ បច្ចុប្បន្នកំពុងទទួលបាននូវការចូលរួម ជំរុញ គាំទ្រ និងយកចិត្តទុកដាក់អនុវត្តពីគ្រប់ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ផ្នែកឯកជន អង្គការជាតិ អន្តរជាតិ និងប្រជាពលរដ្ឋទូទាំងប្រទេស។

អំពីទីក្រុងស្អាត

(៥៥) ក្រសួងទេសចរណ៍បានសហការជាមួយអង្គការ Acting for Life និងសាកលវិទ្យាល័យ Toulouse ប្រទេសបារាំងបានរៀបចំបង្កើតនូវឯកសារស្តង់ដារទីក្រុងស្អាត។ រាជរដ្ឋាភិបាលបានបង្កើត "គណៈកម្មាធិការជាតិវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត" ក្នុងគោលបំណងលើកកម្ពស់សោភ័ណភាព អនាម័យ បរិស្ថានល្អ និងមជ្ឈដ្ឋានរស់នៅប្រកបដោយផាសុខភាព សុវត្ថិភាព សណ្តាប់ធ្នាប់កាន់តែល្អប្រសើរនៅតាមទីក្រុង ពិសេសចូលរួមធ្វើឲ្យបណ្តាទីក្រុងនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ដែលប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ និងកក់ក្តៅ។

(៥៦) ស្តង់ដារទីក្រុងស្អាតរបស់កម្ពុជាយើង ត្រូវបានអាស៊ានទទួលយកជាគំរូដើម្បីរៀបចំជាស្តង់ដារទីក្រុងទេសចរណ៍ស្អាតរបស់អាស៊ាន។ ខ្លឹមសារជាសារវន្តរបស់ឯកសារស្តង់ដារទីក្រុងស្អាតនេះ រួមមាន

សូចនាករគោលចំនួន៧ដែលបែងចែកជាសូចនាករលម្អិតចំនួន៣៣ និងត្រូវបានកំណត់ធ្វើការវាយតម្លៃដោយផ្អែកលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យចំនួន៧៧ សម្រាប់ធ្វើការវាយតម្លៃ និងសម្រេចផ្តល់រង្វាន់ជ័យលាភីជូនដល់ទីក្រុងជាបេក្ខភាព។

(៥៧) ក្រសួងទេសចរណ៍មានកិត្តិយសដ៏ធំធេងដោយត្រូវបាន **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** អញ្ជើញចូលរួមជាអធិបតីដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ក្នុងពិធីប្រកាសផ្សព្វផ្សាយជាផ្លូវការនូវឯកសារស្តង់ដារទីក្រុងស្អាត (រួមមាន ៧សូចនាករគោល ចែកជា៣៣សូចនាករលម្អិត និង ៧៧លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យ) និងការប្រកាសបើកនូវចលនាប្រឡងប្រណាំងទីក្រុងស្អាតនៅវិមានសន្តិភាព កាលពីថ្ងៃទី២៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១២ កន្លងមកនេះ។ ចំពោះមុខ យើងមាន ២៦ក្រុងបេក្ខភាព និង៩ខណ្ឌក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ ដែលត្រូវចូលរួមប្រឡងប្រណាំងដោយភាតព្វកិច្ច។ ការប្រកួតប្រជែងត្រូវបានរៀបចំឡើងរៀងរាល់៣ឆ្នាំម្តង ហើយទីក្រុងជ័យលាភីនឹងទទួលបាននូវទង់ និងស្លាកសញ្ញាដែលមានសុពលភាពរយៈពេល ០៣ឆ្នាំ។ តាមការសម្រេចរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ការជូនរង្វាន់លើកទី១ដល់ក្រុង/ខណ្ឌជ័យលាភី នឹងប្រព្រឹត្តទៅនៅចុងឆ្នាំ២០១៣ ឬដើមឆ្នាំ២០១៤ រីឯការជូនរង្វាន់លើកទី២ នឹងប្រព្រឹត្តទៅនៅចុងឆ្នាំ ២០១៦ ឬដើមឆ្នាំ២០១៧។ ជ័យលាភីត្រូវបានចែកជា ៣កម្រិត:

- ស្លាកសញ្ញាផ្ការំដួល៣ទង: ពិន្ទុ៥៨ទៅ៧៧ (ប្រមាណ៧៥% នៃពិន្ទុសរុប)
- ស្លាកសញ្ញាផ្ការំដួល២ទង: ពិន្ទុ៤៦ទៅ៥៧ (ប្រមាណ៦០% នៃពិន្ទុសរុប)
- ស្លាកសញ្ញាផ្ការំដួល១ទង: ពិន្ទុ៣១ទៅ៤៥ (ប្រមាណ៤០% នៃពិន្ទុសរុប)

(៥៨) ដើម្បីអនុវត្តតាមអនុសាសន៍ណែនាំដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់របស់ **សម្តេចតេជោនាយករដ្ឋមន្ត្រី** និងដើម្បីទ្រទ្រង់ដល់ចលនាប្រលងប្រណាំងទីក្រុងស្អាត យើងបានរៀបចំសិក្ខាសាលាស្តីពីការគ្រប់គ្រង និងការកាត់បន្ថយសំណល់ជាផលិតផលប្លាស្ទិក និងក្រដាស កាលពីថ្ងៃទី ១០-១១ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១២ នៅរាជធានីភ្នំពេញ ។ យើងនឹងខិតខំជំរុញការកាត់បន្ថយនូវការប្រើប្រាស់ថង់ប្លាស្ទិក និងការបោះចោលថង់ប្លាស្ទិកនៅតាមទីប្រជុំជន ទីសាធារណៈ ។ ជាមួយគ្នានេះ ដើម្បីចូលរួមដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍បៃតង យើងក៏បានរៀបចំកិច្ចប្រជុំពិភាក្សាស្តីពីទេសចរណ៍បៃតង ក្រោមប្រធានបទ **ទេសចរម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម** ឬការដាំដើមឈើផ្តើមចេញពីអ្នក កាលពីថ្ងៃទី ០៥ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១២ នៅខេត្តសៀមរាប។

(៥៩) យើងបានផលិតឯកសារ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តជាច្រើន ដើម្បីបំរើឲ្យចលនាទីក្រុងស្អាតនេះ ហើយយើងក៏បានពង្រឹងសមត្ថភាពមន្ត្រីក្រុមការងារវាយតំលៃទីក្រុងស្អាត ក្រុង/ខណ្ឌបេក្ខភាព និងមន្ត្រីអគ្គលេខាធិការដ្ឋាន អំពីរបៀបប្រើប្រាស់ស្តង់ដារទីក្រុងស្អាត ដោយបានបើកវគ្គបណ្តុះបណ្តាលពង្រឹងសមត្ថភាពលើរបៀបប្រើប្រាស់ គោលការណ៍ណែនាំសំរាប់ទីក្រុងបេក្ខភាព (Clean City External Guideline) កាលពីថ្ងៃទី ១៤-១៥ និង ២១ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១២ ។

អំពីរមណីយដ្ឋានស្អាត

(៦០) បច្ចុប្បន្ន យើងមានរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ដែលមានការគ្រប់គ្រងច្បាស់លាស់ចំនួន ៣៣៥កន្លែង (ក្នុងចំណោម ១៨២៩កន្លែង) កំពុងដំណើរការ និងអាចឲ្យភ្ញៀវទេសចរទៅទស្សនាបាន។ ឆ្នាំ២០១១ និងឆមាសទី១ ឆ្នាំ២០១២ យើងបានផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ដល់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ចំនួន ១៦កន្លែងដែលស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ឯកជន។ ក្រៅពីនេះ យើងមានរមណីយដ្ឋានប្រវត្តិសាស្ត្រ (តំបន់ប្រាសាទបុរាណ) ៥៨២កន្លែង ក្រៅពីតំបន់អង្គរ និងប្រាសាទដែលមានការខូចខាតខ្លះៗចំនួន ៣៩៣កន្លែងផ្សេងទៀតព្រមទាំងស្ពានបុរាណចំនួន ១០៧កន្លែង ដែលទេសចរទស្សនាបាន។ ជាងនេះទៀត យើងមានវត្តព្រះពុទ្ធសាសនាបុរាណចំនួន ១១០៥កន្លែង (ក្នុងចំណោមវត្តបុរាណទាំងអស់ចំនួន ៨៥១៨វត្ត) ដែលអាចឲ្យទេសចរទៅទស្សនាបាន។ ទន្ទឹមនឹងនេះ នៅតាមរាជធានី-ខេត្តនិមួយៗ សុទ្ធតែបានរៀបចំរមណីយដ្ឋានតំរូឈានមុខយ៉ាងតិច ពី ១ ទៅ ៥ ផងដែរ។ (ឧបសម្ព័ន្ធទី៨)

(៦១) យើងបាននិងកំពុងអនុវត្តស្តង់ដាររមណីយដ្ឋានអប្បបរមា និងជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំងការគ្រប់គ្រងរមណីយដ្ឋានឲ្យមានសណ្តាប់ធ្នាប់ អនាម័យ និងសេវាកម្មល្អ។ យើងបានរៀបចំសិក្ខាសាលាស្តីពីមេណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ និងបានដាក់ចេញនូវវិធានការអនុវត្តសម្រាប់ការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍។ ជាមួយគ្នានេះ យើងបានវាយតម្លៃ និងចាត់ថ្នាក់រមណីយដ្ឋានតាមប្រព័ន្ធស្តង់ដារបានចំនួន ០៦ ក្នុងនោះរួមមាន:

- មេណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ភូមិវប្បធម៌ (ខេត្តសៀមរាប) ចំណាត់ថ្នាក់ប្រភេទខ្ពស់ (A)
- មជ្ឈមណ្ឌលប្រល័យពូជសាសន៍ជើងឯក (ភ្នំពេញ) ចំណាត់ថ្នាក់ប្រភេទខ្ពស់ (A)
- រមណីយដ្ឋានណាតាយ៉ា ព្រែកអំពិល (ខេត្តកំពត) ចំណាត់ថ្នាក់ប្រភេទល្អ (B)
- រមណីយដ្ឋានទន្លេបាទី (ខេត្តតាកែវ) ចំណាត់ថ្នាក់ប្រភេទល្អ (B)
- រមណីយដ្ឋានភ្នំសន្ទុក (ខេត្តកំពង់ធំ) ចំណាត់ថ្នាក់ប្រភេទមធ្យម (C)
- រមណីយដ្ឋានជ្រលងបុព្វតា (ខេត្តបាត់ដំបង) ចំណាត់ថ្នាក់ប្រភេទមធ្យម (C)

(៦២) ចំពោះរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រអន្លង់វែង: គណៈកម្មការអន្តរក្រសួងដើម្បីគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍតំបន់ទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រអន្លង់វែងបានចុះត្រួតពិនិត្យភូមិសាស្ត្រតំបន់ទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រទាំង១៨កន្លែង និងបានប្រជុំបែងចែកភារកិច្ចជូនសមាជិកទៅតាមក្រសួងជំនាញនិមួយៗ ដែលរួមមាន ការរៀបចំប្លង់មេអភិវឌ្ឍ ការរៀបចំបណ្តាញគមនាគមន៍ ការរៀបចំសាងសង់សំណង់ជាប្រវត្តិសាស្ត្រឡើងវិញ ការរៀបចំសារៈមន្ទីរ ការរៀបចំស្លាកសញ្ញារមណីយដ្ឋាន ។ល។ គណៈកម្មការអន្តរក្រសួងនេះកំពុងបន្តដំណើរការ និងសកម្មភាពរបស់ខ្លួន។

(៦៣) ទន្ទឹមនឹងការពង្រីក និងអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីបន្ថែម យើងបាននិងកំពុងខិតខំយ៉ាងសកម្មក្នុងការពង្រឹង និងលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់ដើម្បីធានាការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាពផង និងទាក់ទាញទេសចរបន្ថែមផងដែរ។

អំពីសេវាល្អ

(៦៨) យើងបានខិតខំជំរុញយ៉ាងសកម្ម ការលើកកម្ពស់គុណភាព ផលិតផល និងសេវាទេសចរណ៍ ស្របតាមចលនាប្រលងប្រណាំង «ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ»។ មកដល់បច្ចុប្បន្ន នៅទូទាំងប្រទេស យើងមាន:

- សណ្ឋាគារ: សរុបចំនួន ៨៨៨ ស្មើនឹង ២៧.១៦៩បន្ទប់
  - អនុវត្តតាមច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តទាំងឡាយ យើងបានជំរុញឲ្យម្ចាស់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មសណ្ឋាគារមកដាក់ពាក្យសុំអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ពីក្រសួងទេសចរណ៍ ឬមន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត ហើយដែលមកដល់បច្ចុប្បន្ននេះ សណ្ឋាគារប្រមាណ ៩៥% មានអាជ្ញាបណ្ណប្រកបអាជីវកម្មត្រឹមត្រូវ។
  - តាមរយៈចលនាប្រលងប្រណាំង ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ យើងបានរកឃើញសណ្ឋាគារចំនួន ៧២ ដែលមានស្នាដៃ និងឈានមុខគេ។
  - អនុវត្តតាមអនុក្រឹត្យស្តីពីចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារ និងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ និងតាមរយៈយន្តការគណៈកម្មការរៀបចំចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារ យើងបានពិនិត្យ និងវាយតម្លៃចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារបានចំនួន៩៧នៅទូទាំងប្រទេសក្នុងនោះមាន៧២ សណ្ឋាគារបានទទួលចំណាត់ថ្នាក់ដូចខាងក្រោម៖
    - ផ្កាយ ៥ ចំនួន ១២ (រាជធានីភ្នំពេញ០១ ខេត្តសៀមរាប១០ និងខេត្តព្រះសីហនុ០១)
    - ផ្កាយ ៤ ចំនួន ២៦ (រាជធានីភ្នំពេញ០២ ខេត្តសៀមរាប២២ ខេត្តព្រះសីហនុ០១ និងខេត្តស្វាយរៀង០១)
    - ផ្កាយ ៣ ចំនួន ២២ (រាជធានីភ្នំពេញ១០ ខេត្តសៀមរាប០៩ ខេត្តព្រះសីហនុ០១ និងខេត្តបាត់ដំបង០២)
    - ផ្កាយ ២ ចំនួន ៥ (រាជធានីភ្នំពេញ០៣ ខេត្តសៀមរាប០១ និងខេត្តពោធិសាត់០១)
    - ផ្កាយ ១ ចំនួន ៧ (ខេត្តបាត់ដំបង០១ ខេត្តកោះកុង០២ ខេត្តពោធិសាត់០២ និងខេត្តកំពង់ឆ្នាំង០២)
  - ដោយឡែក សណ្ឋាគារចំនួន ២៥ផ្សេងទៀត បានចុះពិនិត្យ វាយតម្លៃរួចហើយក្នុងឆមាសទី១ ឆ្នាំ២០១២នេះ ក្នុងនោះ១៤សណ្ឋាគារមិនទទួលបានចំណាត់ថ្នាក់តាមប្រព័ន្ធស្តង់ដារចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារឡើយ រីឯ ១១ សណ្ឋាគារទៀតកំពុងដំណើរការនៃការពិនិត្យឯកសារបន្ថែម ដោយកំពុងបន្តដំណើរការនៃការពិនិត្យផ្ទៀងផ្ទាត់ឯកសារបន្ថែម។ ដើម្បីជំរុញការធ្វើចំណាត់ថ្នាក់ឲ្យបានលឿន យើងក៏បានកែសម្រួល និងរៀបចំឲ្យមានក្រុមការងាររៀបចំចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារនៅតាមរាជធានី-ខេត្ត។ ការធ្វើចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារនេះនៅមានកម្រិតនៅឡើយ ដោយមូលហេតុម្ចាស់សណ្ឋាគារភាគច្រើននៅពុំទាន់ភ្ញាក់រលឹកមកដាក់ពាក្យសុំធ្វើចំណាត់ថ្នាក់តាមស្មារតីនៃច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។ យើងបានជំរុញជាប់ជាប្រចាំករណីនេះ

ដោយបានដាក់លក្ខខណ្ឌស្តីពីការមកដាក់ពាក្យស្នើសុំចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារនៅក្នុងកិច្ចសន្យាស្នើសុំអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ និងបញ្ជាក់អំពីចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារនៅលើអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍និមួយៗ។

- គួរកត់សំគាល់: ចាប់ពីឆ្នាំ២០១០ សណ្ឋាគារចំនួន១៨ បានទទួលវិញ្ញាបនបត្រ ASEAN Green Hotel Standard ពីអគ្គលេខាធិការដ្ឋានអាស៊ាន នៅក្នុងឱកាសវេទិកាទេសចរណ៍អាស៊ានឆ្នាំ ២០១០ និង២០១២។
- សមាគមសណ្ឋាគារកម្ពុជាសហការយ៉ាងល្អជាមួយក្រសួងទេសចរណ៍ក្នុងការជំរុញការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ (សណ្ឋាគារ)។

• ផ្ទះសំណាក់: សរុបចំនួន ១១៩៣ ស្មើនឹង ១៧.៦២៩បន្ទប់
  - ក្នុងចំណោមផ្ទះសំណាក់ទាំងអស់នេះ គឺមានប្រមាណ៩៣%ដែលបានមកសុំអាជ្ញាបណ្ណប្រកបអាជីវកម្មពីក្រសួងទេសចរណ៍ និងមន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានី ខេត្ត។
  - សេវាកម្មផ្ទះសំណាក់មួយចំនួនធំមានការរៀបចំគ្រប់គ្រងប្រកបដោយគុណភាព និងសេវាល្អបង្គួរ។ ទន្ទឹមនឹងនោះ ក៏នៅមានផ្ទះសំណាក់មួយចំនួនតូចនៅពុំទាន់រៀបចំផ្នែកសេវាឲ្យបានល្អប្រសើរ។ ឆ្លងកាត់ចលនាប្រលងប្រណាំង ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ យើងបានរកឃើញផ្ទះសំណាក់ចំនួន ៦៥ ដែលមានស្លាដៃ និងឈានមុខគេ។
  - ដើម្បីធ្វើការពង្រឹងគុណភាពសេវាផ្ទះសំណាក់នេះឲ្យកាន់តែប្រសើរឡើងថែមទៀត យើងបាននិងកំពុងរៀបចំបង្កើតឲ្យមានសមាគមផ្ទះសំណាក់កម្ពុជា។

• ភោជនីយដ្ឋាន: សរុបមានចំនួន ៩៤៣ កន្លែង (គិតទាំងភោជនីយដ្ឋានដែលមាននៅក្នុងសណ្ឋាគារ)
  - ក្នុងចំណោមភោជនីយដ្ឋានទាំងអស់នេះ គឺភោជនីយដ្ឋាននៅក្នុងសណ្ឋាគារចំនួន ២៦២ មានអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ ១០០%។ រីឯភោជនីយដ្ឋាន ៦៨១កន្លែងផ្សេងទៀត មានអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ប្រមាណ ៦០% ដែលភាគច្រើនសុំអាជ្ញាបណ្ណនៅមន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានី/ខេត្ត។
  - យើងខិតខំពង្រឹងសេវាកម្ម និងអនាម័យនៅតាមភោជនីយដ្ឋាន ពិសេស ភាពស្អាត (មិនបោលសំរាម ក្រដាស) អនាម័យចង្ក្រាន បន្ទប់ទឹក ។ល។ កាលពីថ្ងៃទី ០៣ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ ២០១១ យើងបានបើកសិក្ខាសាលាស្តី ពីការពង្រឹងគុណភាពអនាម័យម្ហូបអាហារ នៅរាជធានីភ្នំពេញ ដោយមានរៀបចំជាប័ណ្ណផ្ទត់ និងស្ប៉តអប់រំអំពីករណីនេះផងដែរ (ស្ប៉តអប់រំនេះត្រូវបានក្រុមប្រព័ន្ធឃោសនាក្នុងស្រុកធ្វើការផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងសកម្ម និងទទួលបានការគាំទ្រពីប្រជាពលរដ្ឋ)។
  - យើងបានផលិត និងបោះពុម្ពសៀវភៅអប់រំអំពីសេវាកម្មម្ហូបអាហារ សំដៅលើកកម្ពស់គុណភាពសេវាកម្មនៅតាមភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋាន ឲ្យមានភាពល្អប្រសើរ និងស្របតាមស្តង់ដារអាស៊ាន ក្នុងការបម្រើទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ។ យើងក៏បានជំរុញ

និងលើកកម្ពស់ម្ហូបអាហារខ្មែរ តាមរយៈការផ្សព្វផ្សាយ និងការប្រកួតធ្វើម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈ ព្រមទាំងយកចិត្តទុកដាក់អំពីសុវត្ថិភាពម្ហូបអាហារផងដែរ។

- យើងបានសហការជាមួយក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ និងអង្គការសង្គមស៊ីវិល ក្នុងការបណ្តុះបណ្តាល លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពីសេវាកម្មទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចដល់ស្ត្រីបម្រើភេសជ្ជៈនៅតាមភោជនីយដ្ឋាននានានៅរាជធានីភ្នំពេញប្រមាណ ១០០នាក់។
- យើងបានបង្កើតក្រុមការងាររៀបចំ និងគ្រប់គ្រងសេវាកម្មហូបចុក និងសុវត្ថិភាពម្ហូបអាហារនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។
- សមាគមភោជនីយដ្ឋានកម្ពុជាក៏បានចូលរួមយ៉ាងសកម្មលើការងារភោជនីយដ្ឋាន ហើយសមាគមនេះក៏បានពង្រីកសមាជិករបស់ខ្លួនកាន់តែច្រើនថែមទៀត។

• ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍: សរុបមានចំនួន ៥៧៦ (១០៩សាខា)

- ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មានអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ ៩៧% ហើយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ចំនួន ១២ ពុំទាន់មានអាជ្ញាបណ្ណ ក្នុងនោះភាគច្រើនពុំមានសកម្មភាព។
- កន្លងមក សមាគមទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍កម្ពុជាមានកិច្ចសហការយ៉ាងល្អជាមួយក្រសួងទេសចរណ៍ ពិសេសក្រុមការងារទេសចរណ៍រាជរដ្ឋ និងវិស័យឯកជន។ សមាគមនេះចាំបាច់ត្រូវពង្រឹងឡើងវិញ ដោយត្រូវកែសម្រួលលក្ខន្តិកៈ បទបញ្ជាផ្ទៃក្នុង និងក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈឲ្យបានល្អ ស្របតាមការអភិវឌ្ឍរីកចំរើននៃវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងប្រទេស និងក្នុងតំបន់។

• សេវាកម្មដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍:

- យើងមាន១៣ ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ដែលមានរថយន្តដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ ហើយដែលសុទ្ធតែមានអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ទាំងអស់។
- យើងបានផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណដល់ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ចំនួន ៦ក្រុមហ៊ុន។

* នាវា និងកាណូតទេសចរណ៍:

- យើងបានផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ដល់នាវាខ្នាតធំចំនួន ១២គ្រឿង នៅរាជធានីភ្នំពេញ ដើម្បីធ្វើអាជីវកម្មដឹកជញ្ជូនភ្ញៀវទេសចរ។ ដោយឡែក កាណូតទេសចរណ៍ ៥៩គ្រឿង ពុំទាន់មានអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍នៅឡើយទេ។
- ចំពោះខេត្តសៀមរាប យើងបានផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណដល់កាណូតទេសចរណ៍ចំនួន ២៥៨គ្រឿង ដែលប្រតិបត្តិការដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍នៅតំបន់ចុងឃ្នៀស។
- ដើម្បីធានាសុវត្ថិភាពនៃការដឹកជញ្ជូនអ្នកដំណើរ និងទេសចរ យើងបានសហការជាមួយក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន បញ្ចប់ការរៀបចំសេចក្តីព្រាងប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីការគ្រប់គ្រងមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនអ្នកដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរ។ យើងនឹងសហការពិនិត្យឡើងវិញ អំពីគុណភាព និងប្រសិទ្ធភាពនៃសមាគមដឹកជញ្ជូនអ្នកដំណើរ និងទេសចរ។

• សេវាកម្សាន្តទេសចរណ៍: (ម៉ាស្សា ខារ៉ាអូខេ ឌីសស្កូ រង្គសាល ក្លឹបរាត្រី កីឡាទេសចរណ៍) មានចំនួន ៦៦៩ កន្លែង។

- ក្នុងចំណោមសេវាកម្សាន្តទេសចរណ៍ទាំងអស់នេះ គឺមានប្រមាណ ៩៣% ដែលមានអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ប្រកបអាជីវកម្មពីក្រសួងទេសចរណ៍ និងមន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានី/ ខេត្ត។
- សេវាកម្សាន្តទេសចរណ៍មានតួនាទីសំខាន់ក្នុងការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ បង្កនូវបរិយាកាសលំហែកំសាន្តសប្បាយ និងផ្តល់នូវភាពកក់ក្តៅ និងសុខសុវត្ថិភាពដល់ទេសចរ ពិសេសរួមចំណែកផ្តល់ការងារយ៉ាងច្រើនដល់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងស្រុក។
- ក្រសួងទេសចរណ៍បានចូលរួមជំរុញការអនុវត្តសារាចរណែនាំរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលស្តីពីវិធានការបង្ការទប់ស្កាត់ និងបង្ក្រាបក្មេងទំនើងនៅតាមមណ្ឌលកំសាន្តទេសចរណ៍។
- យើងបានសហការជាមួយអាជ្ញាធរជាតិប្រយុទ្ធប្រឆាំងគ្រឿងញៀន បោះពុម្ព និងផ្សព្វផ្សាយបណ្ណប្រកាសស្តីពីបម្រាមប្រើប្រាស់ និងជួញដូរគ្រឿងញៀន និងស្ប៊ែតអប់រំ (ទេសចរគ្មានគ្រឿងញៀន) នៅតាមមណ្ឌលកំសាន្តទេសចរណ៍។
- យើងបានសហការជាមួយអាជ្ញាធរមូលដ្ឋានចុះធ្វើការអប់រំ ណែនាំដល់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មមណ្ឌលកំសាន្តទេសចរណ៍ ឲ្យមកដាក់ពាក្យស្នើសុំអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ ព្រមទាំងចាត់វិធានការ ក្នុងការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ ដោយធ្វើការផ្អាកអាជីកម្មមួយចំនួនដែលគ្មានអាជ្ញាបណ្ណផងដែរ។
- ក្រសួងទេសចរណ៍កំពុងរៀបចំអនុក្រឹត្យស្តីពីមណ្ឌលកំសាន្តទេសចរណ៍សំរាប់មនុស្សពេញវ័យ ហើយបានរៀបចំសិក្ខាសាលាពិគ្រោះយោបល់កាលពីថ្ងៃទី២៧ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០១២ កន្លងមកនេះ ដោយមានការចូលរួមពីក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ អង្គការសង្គមស៊ីវិល ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងផ្នែកឯកជនផងដែរ។

- ចំពោះកីឡាទេសចរណ៍: ទន្ទឹមនឹងភាពធូរធារនៃជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជន កីឡាកំសាន្តតាមបែបទេសចរណ៍ ក៏កំពុងមានការរីកចំរើនគួរឲ្យកត់សំគាល់ផងដែរ ពិសេសកីឡាកំសាន្តតាមតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រ (ទូកក្តោង ម៉ូតូស្គីលើទឹក ការមុជទឹក(Diving)។ល។) កីឡាកំសាន្ត របៀបទេសចរណ៍ផ្សងព្រេងនៅតំបន់ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងប្រភេទកីឡាដែលមានការទាក់ទាញទេសចរជាច្រើនទៀត ដែលចាំបាច់ត្រូវមានការគ្រប់គ្រងឲ្យបានហ្មត់ចត់ ទាំងមធ្យោបាយ សមត្ថភាពជំនាញ (រួមទាំងការបណ្តុះបណ្តាល) ដើម្បីធានាសុវត្ថិភាពដល់ប្រភេទទេសចរកីឡានេះ។ (ឧបសម្ព័ន្ធទី៥)

• មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍:

- មកដល់បច្ចុប្បន្ន ក្រសួងទេសចរណ៍បានធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ បានចំនួន ៤៥៦១នាក់ ក្នុងនោះមានមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ប្រមាណ ៨០% បានមកសុំ

អាជ្ញាបណ្ណប្រកបអាជីវកម្ម (ស្មើនឹង ៣៩៤២ នាក់)។ យើងបានអនុញ្ញាតឲ្យមានអ្នកបកប្រែភាសាជាជនជាតិកូរ៉េចំនួន ២៨៨នាក់ (ដោយសារយើងពុំទាន់មានមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍គ្រប់គ្រាន់ចំពោះភាសាកូរ៉េនេះ)។

- ចំពោះមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់លើកកម្ពស់គុណភាពតាមរយៈអប់រំ បណ្តុះបណ្តាលបន្ថែមរបស់សមាគម និងក្រសួងទេសចរណ៍។ យើងជំរុញជាប្រចាំការប្រលងជ្រើសរើសមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ផ្តើមតាមភាសានីមួយៗ មានដូចជាភាសាចិន ជប៉ុន កូរ៉េ បារាំង ។ល។
- យើងមានអនុក្រឹត្យស្តីពីមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ ដែលជាឯកសារគតិយុត្តដ៏សំខាន់សម្រាប់គ្រប់គ្រងមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍។ អនុក្រឹត្យនេះមានចែងអំពីការបែងចែកប្រភេទមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ជា ៥ប្រភេទ ដូចជា មគ្គុទ្ទេសក៍ថ្នាក់ពិសេស ថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់តំបន់ ថ្នាក់ក្រោមជាតិ និងថ្នាក់សហគមន៍ ដែលខាងមុខនេះ ក្រសួងទេសចរណ៍នឹងសហការជាមួយផ្នែករៀបចំប្រកាសស្តីពីកម្មវិធីសិក្សា (Curriculum) និងការគ្រប់គ្រង។

• សេវាកម្មលក់ដូរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍

- សេវាកម្មលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ជាផ្នែកមួយយ៉ាងសំខាន់សំរាប់បំពេញតំរូវការរបស់ទេសចរ ព្រោះថា ការចំណាយរបស់ទេសចរលើការទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយមានប្រមាណ ២៥% នៃការចំណាយសរុបរបស់គាត់។
- ការគ្រប់គ្រងការលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទេសចរណ៍ត្រូវបានពង្រឹងប្រសើរជាងមុន តាមរយៈការត្រួតពិនិត្យតាមកន្លែងលក់ផ្ទាល់ ពិសេសនៅខេត្តសៀមរាប។ យើងបានរៀបចំសិក្ខាសាលាមួយ ដោយមានការចូលរួមពីស្ថាប័នរដ្ឋ និងផ្នែកឯកជន (អ្នកលក់ដូរវត្ថុអនុស្សា-វរីយ៍) ដើម្បីពង្រឹងអាជីវកម្មលក់ដូរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទេសចរណ៍ និងផ្សព្វផ្សាយច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ ព្រមទាំងដោះស្រាយបញ្ហាបាតុភាពអសកម្មមួយចំនួន ដូចជា ការលក់វត្ថុក្លែងក្លាយគ្មានបញ្ជាក់អត្តសញ្ញាណអ្នកផលិត ការកែសម្រួលបែបបទក្នុងការនាំវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទៅក្រៅប្រទេសរបស់ភ្ញៀវទេសចរ និងជំរុញការបង្កើតសហគមន៍អ្នកផលិតវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ និងសមាគមអ្នកលក់ដូរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍។
- ក្នុងគំរោងអភិវឌ្ឍសហគ្រាសធុនតូច មធ្យម និងតូចបំផុត ជួយដល់ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រតាមរយៈវិស័យទេសចរណ៍នៅតំបន់ប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក ខេត្តកំពង់ធំ ដែលឧបត្ថម្ភដោយរាជរដ្ឋាភិបាលជប៉ុន តាមរយៈធនាគារអភិវឌ្ឍអាស៊ី យើងបានរៀបចំសិក្ខាសាលាស្តីពីការរៀបចំអភិវឌ្ឍ និងជំរុញការបិទស្លាកសញ្ញាលើផលិតផលសិប្បកម្ម និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ខ្មែរ។

*គួរកត់សំគាល់: ឆ្នាំ២០១១ និងដើមឆ្នាំ២០១២នេះ ករណីពាក្យបណ្តឹង ឬប្រតិកម្មរបស់ភ្ញៀវទេសចរ ស្តីពីការទិញប៉ះវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ក្លែងក្លាយ មានការថយចុះច្រើន។

(៦៥) សេវាកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងទៀត ត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់លើកកម្ពស់តាមរយៈការអប់រំ ណែនាំ និងបណ្តុះបណ្តាល ទាំងយន្តការរបស់រដ្ឋ និងផ្នែកឯកជន។ សេវាកម្មទាំងនេះ ត្រូវបានគ្រប់គ្រងតាមរយៈអាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ ការត្រួតពិនិត្យជាប្រចាំ និងតាមប្រព័ន្ធស្តង់ដារនានាដើម្បីលើកកម្ពស់គុណភាព។

អំពីសមាគមឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

(៦៦) សមាគមឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍គឺដៃគូដ៏សំខាន់របស់រដ្ឋក្នុងការគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍។ យោងតាមច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ មាត្រា១៩ សមាគមឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ត្រូវមានធម្មនុញ្ញ និង/ឬលក្ខន្តិកៈ ឬបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុង ឲ្យស្របទៅតាមច្បាប់ និងបទបញ្ញត្តិផ្សេងៗជាធរមាន ហើយក្រសួងទេសចរណ៍ មានភារកិច្ចជួយសម្រួលការងារទាំងឡាយក្នុងការបង្កើតធម្មនុញ្ញ និង/ឬលក្ខន្តិកៈ បទបញ្ជាផ្ទៃក្នុង និងត្រួតពិនិត្យសកម្មភាពរបស់សមាគមឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍។

(៦៧) បច្ចុប្បន្នយើងមានសមាគមឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ចំនួន១៨សមាគម ក្នុងនោះរួមមាន៖

- សមាគមទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍កម្ពុជា
- សមាគមសណ្ឋាគារកម្ពុជា
- សមាគមភោជនីយដ្ឋានកម្ពុជា
- សមាគមដឹកជញ្ជូនទេសចរផ្លូវគោកភ្នំពេញ
- សមាគមដឹកជញ្ជូនទេសចរផ្លូវទឹកភ្នំពេញ និងសៀមរាប
- សមាគមដឹកជញ្ជូនទេសចរនៅច្រកទ្វារប៉ោយប៉ែត (ចំនួន ៨សមាគម)
- សមាគមមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ (ចំនួន ៨សមាគម)

• សមាគមទាំងអស់នេះបានខិតខំចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ ប៉ុន្តែ ក៏ចាំបាច់ត្រូវរួមគ្នាពិនិត្យឡើងវិញ ដើម្បីពង្រឹងគុណភាព និងប្រសិទ្ធភាពនៃប្រតិបត្តិការ ទាំងឡាយឲ្យកាន់តែល្អប្រសើរឡើង ពិសេសលើការលើកកម្ពស់សមត្ថភាពជំនាញបដិសណ្ឋារកិច្ច។

៧. ការងារអប់រំបណ្តុះបណ្តាល និងអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស

(៦៨) ការងារអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សជាកិច្ចការយុទ្ធសាស្រ្តមួយពុំអាចខ្វះបាន ពិសេសការពង្រឹងគុណភាពសិក្សាទេសចរណ៍នៅតាមគ្រឹះស្ថានសិក្សាឯកជន សាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ ការចូលរួមលើកកម្ពស់គុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍ និងការត្រៀមបំលាស់ទីសម្រាប់អ្នកជំនាញទេសចរណ៍អាស៊ានក្នុងពេលអនាគត។

(៦៩) យើងតែងខិតខំជំរុញយ៉ាងសកម្ម នូវកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយស្ថាប័នសិក្សាបណ្តុះបណ្តាល នៃបណ្តាប្រទេសលើសកលលោក ដូចជា ចិន បារាំង វៀតណាម អូស្ត្រាលី ស្វីស កូរ៉េ...។ល។ ក្នុងការស្វែងរកជំនួយឧបត្ថម្ភក្នុងការរៀបចំបង្កើតសាលាបណ្តុះបណ្តាលជំនាញទេសចរណ៍។

(៧០) សាកលវិទ្យាល័យ Cheju នៃសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ កំពុងសិក្សាអំពីការជួយបង្កើតវិទ្យាស្ថានជាតិទេសចរណ៍មួយនៅខេត្តសៀមរាប។ ទីភ្នាក់ងារសហប្រតិបត្តិការបារាំង (AFD) បាននិងកំពុងធ្វើការសិក្សាពីលទ្ធភាពបង្កើតសាលាទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិ។ យើងបាននិងកំពុងសហការយ៉ាងល្អជាមួយភាគីចិន (ខេត្តក្វាងស៊ី) ក្នុងការរៀបចំអនុស្សារណៈយោគយល់គ្នាមួយស្តីពីគម្រោងសាងសង់សាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍មួយនៅខេត្តសៀមរាប។ យើងបានចុះហត្ថលេខាជាមួយភាគីស្វីស(The Shift 360 Foundation Switzeland) លើអនុស្សារណៈយោគយល់គ្នាមួយស្តីពីការបង្កើតសាលាបណ្តុះបណ្តាលមុខជំនាញធ្វើម្ហូបអាហារនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា កាលពីខែមីនា ឆ្នាំ២០១១ នៅប្រទេសស្វីស។ គម្រោងបង្កើតសាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈនេះបាននិងកំពុងបន្តជំរុញ ។

(៧១) ព្រមជាមួយគ្នានេះ យើងបានជំរុញការបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ថ្មីៗថែមទៀត វគ្គក្រិត្យការមគ្គុទ្ទេសក៍ចាស់ ការប្រលងជ្រើសរើសមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ឆ្នើមសម្រាប់ភាសានីមួយៗ ការបណ្តុះបណ្តាលបដិសណ្ឋារកិច្ចជូនដល់មន្ត្រីស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធដែលប្រចាំការនៅច្រកទ្វារព្រំដែនអន្តរជាតិ។

(៧២) អនុវត្តតាមច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ ក្រសួងទេសចរណ៍បានសហការក្នុងភាពជាដៃគូជាមួយសាលាសណ្ឋាគារ និងទេសចរណ៍ប៉ូលឌុយប្រ៊ូល នៅសៀមរាប អង្គការដើម្បីភាពញញឹមនៃកុមារ និងវិទ្យាស្ថានជាតិពហុបច្ចេកទេសកម្ពុជា ក្នុងការបើកវគ្គបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍។

(៧៣) មន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្តបានខិតខំយ៉ាងសកម្មក្នុងបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍តាមគោលដៅមេណីយដ្ឋានក្នុងរាជធានី-ខេត្តរបស់ខ្លួន។ ព្រមជាមួយនោះក៏មានបើកវគ្គបណ្តុះបណ្តាលភាសាអង់គ្លេសវគ្គខ្លីៗ និងវគ្គបដិសណ្ឋារកិច្ចដល់អ្នកបម្រើការងារនៅមូលដ្ឋានសេវាកម្ម អាជីវកម្មទេសចរណ៍។

(៧៤) ដោយមានកិច្ចសហការជាមួយក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា យើងបានរៀបចំសិក្ខាសាលាត្រៀមបញ្ចូលមុខវិជ្ជាទេសចរណ៍ទៅក្នុងកម្មវិធីសិក្សារបស់ជាតិ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ក្រុមការងាររបស់ក្រសួងទេសចរណ៍ និងក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានកំពុងរៀបចំមេរៀនទេសចរណ៍ (រួមទាំងកម្មវិធីអប់រំពីការកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ថង់ប្លាស្ទីក) សម្រាប់បញ្ចូលទៅក្នុងកម្មវិធីសិក្សារបស់សិស្សនៅតាមវិទ្យាល័យ។

(៧៥) ចំពោះការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស យើងបានបញ្ជូនមន្ត្រីទៅចូលរួមវគ្គបណ្តុះបណ្តាលក្នុងប្រទេសបានចំនួន ៨០២៦នាក់ (ស្រី ២១៦៣នាក់) និងក្រៅប្រទេសបានចំនួន៣៨នាក់ (ស្រី ១១នាក់)។

៨. អំពីច្បាប់ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តនានា

(៧៦) នៅក្រោមច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ យើងបានរៀបចំបទដ្ឋានគតិយុត្តជាច្រើនបន្ថែមទៀត ដូចជា អនុក្រឹត្យស្តីពីមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ព្រះរាជក្រឹត្យស្តីពីការបង្កើតគណៈកម្មការជាតិវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត

អនុក្រឹត្យបង្កើតគណៈកម្មាធិការជាតិអ្នកជំនាញទេសចរណ៍ និងអនុក្រឹត្យ ប្រកាស សារាចរណែនាំជាច្រើន ត្រូវបានកែសម្រួល និងបង្កើតថ្មី រួមមាន ការកែសម្រួលអនុក្រឹត្យស្តីពីការគ្រប់គ្រងនគរបាលទេសចរណ៍ ប្រកាសស្តីពីសេវាកម្មស្នាក់នៅ ភោជនីយដ្ឋាន និងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍។

(៧៧) យើងបាននិងកំពុងរៀបចំបទដ្ឋានគតិយុត្តជាច្រើនទៀតដើម្បីជំរុញការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ឲ្យមានប្រសិទ្ធភាព គុណភាព និងនិរន្តរភាព ក្នុងនោះអនុក្រឹត្យស្តីពីមណ្ឌលកម្សាន្តទេសចរណ៍សម្រាប់មនុស្សពេញវ័យ ស្តង់ដារអប្សរាភោជនីយដ្ឋាន និងច្បាប់សហគមន៍ទេសចរណ៍ កំពុងត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់ជម្រុញជាអាទិភាព។

៩. ការធានាសន្តិសុខ សុវត្ថិភាព និងសណ្តាប់សាធារណៈ

(៧៨) ក្រោមមាគ៌ាដឹកនាំដ៏ត្រឹមត្រូវ និងឈ្លាសវៃប្រកបដោយគតិបណ្ឌិត ពិសេសនយោបាយ **ឈ្នះៗ** របស់ **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** បាននាំមកនូវពន្លឺសន្តិភាព សន្តិសុខ ស្ថិរភាពនយោបាយនៅទូទាំងប្រទេស។ នយោបាយនេះគឺជាប្រទីប និងជាកម្លាំងចលករដ៏មានសក្តានុពលក្នុងការជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ពិសេសចូលរួមក្នុងការធ្វើឲ្យមានកំណើនសេដ្ឋកិច្ច កំណើនភ្ញៀវទេសចរ និងការវិនិយោគទុន។ នៅគ្រប់គោលដៅទេសចរណ៍ អាជ្ញាធរដែនដី កងកម្លាំងមានសមត្ថកិច្ចគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ ពិសេសនគរបាលទេសចរណ៍ដែលជាកម្លាំងស្នូល និងផ្នែកពាក់ព័ន្ធ បានខិតខំសហការគ្នាយ៉ាងល្អប្រសើរក្នុងការរក្សាសណ្តាប់ធ្នាប់ សុវត្ថិភាព សន្តិសុខ ជូនភ្ញៀវទេសចរ ព្រមទាំងជួយសម្រួលដោះស្រាយបញ្ហាអសកម្មមួយចំនួនតូច ដូចជាចោរលួចឆក់កាបូប និងក្មេងទំនើងជាដើម។ នៅមានសេសសល់បញ្ហាតូចតាចខ្លះៗ ដែលយើងត្រូវបន្តសហការគ្នាឲ្យកាន់តែខ្លាំងក្លាថែមទៀតក្នុងការកាត់បន្ថយបញ្ហាអសកម្មទាំងនោះឲ្យមកនៅត្រឹមកម្រិតទាបបំផុត។

(៧៩) ទន្ទឹមនឹងនោះ ដើម្បីពង្រឹងការធានាសន្តិសុខ សុវត្ថិភាពនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នានា ក្រសួងទេសចរណ៍បានសហការជាមួយក្រសួងមហាផ្ទៃ អគ្គស្នងការនគរបាលជាតិ រៀបចំឲ្យមានជាសន្តិសុខឯកជន។ កន្លងមក យើងបានសហការជាមួយអាជ្ញាធរខេត្តសៀមរាប បានរៀបចំអនុវត្តសាកល្បងនៅតាមផ្សាររាត្រី និង Pop Street ជាដើម ហើយនឹងបន្តពង្រីកទៅគោលដៅទេសចរណ៍ដទៃទៀត។

(៨០) ក្រសួងទេសចរណ៍សូមកោតសរសើរ និងវាយតំលៃខ្ពស់ដល់ស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ច អាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធ និងក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រង ដែលបានជួយសំរួល ដោះស្រាយ និងសង្គ្រោះទាន់ពេលវេលាក្នុងករណីភ្ញៀវទេសចរជួបប្រទះនូវគ្រោះថ្នាក់ជាយថាហេតុ ប៉ុន្តែជាមួយគ្នានេះដែរ នៅពេលកើតមានគ្រោះថ្នាក់ណាមួយនៅតាមទីជនបទដាច់ស្រយ៉ាល យើងក៏នៅសង្កេតឃើញថា ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាព និងការជួយសង្គ្រោះរបស់យើង នៅមានកំរិតនៅឡើយ ដែលចាំបាច់ទាមទារឲ្យមានសំភារៈ និងមធ្យោបាយគ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីជួយសង្គ្រោះអ្នករងគ្រោះឲ្យបានទាន់ពេលវេលា និងដោះស្រាយបែបបទធានារ៉ាប់រងឲ្យបានរហ័ស។

១០. ការងារសិក្សាទីផ្សារផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានទេសចរណ៍

(៨១) ការងារឃោសនាផ្សព្វផ្សាយជាយន្តការមួយដ៏សំខាន់ក្នុងការផ្សារភ្ជាប់ការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលទេសចរណ៍ដែលមានសក្តានុពលរបស់ប្រទេសទៅនឹងតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរ ពោលគឺជាប្រភពផ្តល់ព័ត៌មានមួយដ៏ចាំបាច់បំផុតពុំអាចខ្វះបានក្នុងការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ។ កិច្ចការនេះរួមមានពីរផ្នែក គឺ e-Marketing ជាការផ្សព្វផ្សាយដោយប្រើបច្ចេកវិទ្យាទំនើបតាមរយៈរលកធាតុអាកាស ឬគេហទំព័រជាដើម និងទី២គឺTraditional Marketing ជាការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈការឃោសនាបង្ហាញសក្តានុពលផលិតផលទេសចរណ៍ទៅកាន់ទីផ្សារអាទិភាព និងតាមរយៈសកម្មភាពឃោសនាប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ ។ រាជរដ្ឋាភិបាលបានចំណាយថវិកាយ៉ាងច្រើនក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ។ ក្នុងកញ្ចប់ថវិកាដែលរដ្ឋបានផ្តល់ យើងបានចំណាយមួយភាគធំលើការផ្សាយតាមបណ្តាញទូរទស្សន៍អន្តរជាតិ (CNN) យើងក៏មានផែនការជំរុញកិច្ចការផ្សព្វផ្សាយនេះជាមួយបណ្តាញទូរទស្សន៍អន្តរជាតិនៅអឺរ៉ុប ដូចជា BBC, Euro News និងបណ្តាញទូរទស្សន៍អន្តរជាតិចិន CCTV, Star TV, KBS ផងដែរ។

(៨២) ការរៀបចំប្រកបដោយជោគជ័យនូវវេទិកាទេសចរណ៍អាស៊ានឆ្នាំ២០១១ (ATF2011) នាខែមករា ឆ្នាំ ២០១១ ដែលរួមមានពិធីបើក ពិព័រណ៍ទេសចរណ៍អាស៊ាន TRAVEX កិច្ចប្រជុំ និងសន្និសីទនានា។ វេទិកានេះបានជះឥទ្ធិពលយ៉ាងល្អដល់ការឃោសនា និងផ្សព្វផ្សាយពីទេសចរណ៍កម្ពុជា និងបានលើកកម្ពស់កិត្យានុភាពរបស់កម្ពុជានៅលើឆាកអន្តរជាតិ ទាំងក្នុងតំបន់ និងពិភពលោក។

(៨៣) យើងបានខិតខំធ្វើការងារផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាទៅក្រៅប្រទេស តាមរយៈការចូលរួមពិព័រណ៍ និងកិច្ចប្រជុំទេសចរណ៍អន្តរជាតិនានាដូចជា ATF-ឥណ្ឌូនេស៊ី BITនៅប្រទេសអ៊ីតាលី ITB និងកិច្ចប្រជុំ UNWTO នៅសាធារណរដ្ឋសហព័ន្ធអាល្លឺម៉ង់ MATTA Fair, GolFexនៅប្រទេសម៉ាឡេស៊ី International Travel Fairនៅសហព័ន្ធរុស្ស៊ី GITF, COTTM, WTF, ITE, CITM, China Hangzhou International Leisure Industry Expo នៅសាធារណរដ្ឋប្រជាមានិតចិន Holiday and Travel Expoនៅប្រទេសអូស្ត្រាលី Arabian Travel Marketនៅសហភាពអារ៉ាប់រួម KOTFA, Gyeongju World Cultural Expoនៅសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ International Agri-tourism Expo នៅសាធារណរដ្ឋហ្វីលីពីន TTF, PATA Travel Mart នៅសាធារណរដ្ឋឥណ្ឌា ASTA's Retailing and Destination Expo នៅសហរដ្ឋអាមេរិក ITE Ho Chi Minh នៅសាធារណរដ្ឋសង្គមនិយមវៀតណាម International French Travel Market នៅសាធារណរដ្ឋបារាំង JATA World Travel Fair នៅប្រទេសជប៉ុន IT and CMAនៅប្រទេសថៃ ITB Asiaនៅសាធារណរដ្ឋសិង្ហបុរី និង WTM នៅចក្រភពអង់គ្លេស។

(៨៤) ជាមួយគ្នានោះផងដែរ យើងបានផលិតសម្ភារៈឃោសនាផ្សព្វផ្សាយជាច្រើនភាសា និងគ្រប់ប្រភេទជាអាទិ៍ បណ្ណផ្ទត់ បណ្ណប្រកាស ទស្សនាវដ្តីទេសចរណ៍ ផែនទីទេសចរណ៍ សៀវភៅមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ ថង់យួរប្រតិទិន ជើងបញ្ឆរសម្រាប់តាំងផ្សព្វផ្សាយសក្តានុពលទេសចរណ៍ និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទេសចរណ៍ជាច្រើនទៀត។

(៨៥) យើងបានរៀបចំទស្សនកិច្ចសិក្សាស្វែងយល់ (Fam Trip) ចំនួន ១៨លើកជូនក្រុមទូរទស្សន៍ចិន ថៃ កូរ៉េ វៀតណាម ម៉ាឡេស៊ី អាមេរិក កាណាដា អ៊ីតាលី បារាំង អូស្ត្រាលី និងទូរតី។ យើងក៏បានរៀបចំទស្សនកិច្ចសិក្សាស្វែងយល់ជូនក្រុមសារព័ត៌មានវៀតណាម ក្រុមសារព័ត៌មានអេស៉្បាញ ក្រុមផលិតស្ប៉ត CNN ក្រុមផលិតទស្សនាវដ្តីបារាំង គណៈប្រតិភូវិនិយោគិន វេជ្ជបណ្ឌិត និងក្រុមនិស្សិតផ្នែកទេសចរណ៍នៃសាធារណរដ្ឋសង្គមនិយមវៀតណាម ព្រមទាំងគណៈប្រតិភូមេធាវី និងតារាល្បីៗនៃសហរដ្ឋអាមេរិក។ សកម្មភាពទាំងនេះបានផ្តល់ឱកាសដល់សាព័ត៌មាន ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងវិនិយោគិនអន្តរជាតិធ្វើការស្វែងយល់អំពីសក្តានុពលទេសចរណ៍កម្ពុជា និងរួមចំណែកផ្សព្វផ្សាយទៅកាន់ទីផ្សាររបស់ខ្លួន។

(៨៦) ដោយបានការអនុញ្ញាតពីរាជរដ្ឋាភិបាល ក្រសួងទេសចរណ៍បានសហការជាមួយក្រុមហ៊ុន Advanture Line Production របស់បារាំង និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធបានធ្វើការផលិតកម្មវិធីល្បែងផ្សងព្រេងកោះឡង់តា (Koh lanta) នៅកោះរ៉ុង ខេត្តព្រះសីហនុ និងបានផ្តិតយករូបភាពតំបន់ទេសចរណ៍សំខាន់ៗបង្ហាញក្នុងប៉ុស្តិ៍ទូរទស្សន៍ TF1 របស់បារាំង។ កម្មវិធីនេះបានរួមចំណែកដល់ការផ្សព្វផ្សាយ ពិសេសតំបន់ឆ្នេរកម្ពុជា «តារារះនាទិសនិរតី» ដល់ទីផ្សារនិយាយភាសាបារាំងរាប់សិបលាននាក់លើពិភពលោក។

(៨៧) ឆ្នាំ២០១១ ក្រសួងទេសចរណ៍បានតែងតាំងស្ថានតំណាងទេសចរណ៍ប្រចាំប្រទេសអ៊ីតាលី និងសហព័ន្ធរុស្ស៊ី ហើយបានអនុញ្ញាតឲ្យស្ថានតំណាងប្រចាំប្រទេសជប៉ុន ថៃ កូរ៉េ អាល្លឺម៉ង់ អូស្ត្រាលី និងស្វីស បន្តសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា និងទាក់ទាញទេសចរមកប្រទេសកម្ពុជាបន្ថែមទៀត។ បច្ចុប្បន្ននេះ ក្រសួងមានស្ថានតំណាងចំនួន ៩ តំណាងឲ្យ១២ប្រទេស។

(៨៨) ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារទេសចរណ៍ឆ្នាំ២០១២-២០១៥ និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារចិន និងទីផ្សារក្នុងស្រុកបាននិងកំពុងរៀបចំដើម្បីដាក់ចេញជាទិសដៅសម្រាប់ការអនុវត្ត ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព គុណភាព និងនិរន្តរភាពលើការងារទីផ្សារផ្សព្វផ្សាយស្របតាមយុទ្ធសាស្ត្រទេសចរណ៍ជាតិ និងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារអាស៊ាន ២០១២-២០១៥ ។

(៨៩) ការងារឃោសនាផ្សព្វផ្សាយក្នុងស្រុកក៏ត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំងផងដែរ តាមរយៈការតាំងពិព័រណ៍ និងព្រឹត្តិការណ៍ជាតិនានា ការប្រគុំតន្ត្រី សម្តែងសិល្បៈ ការផលិតឯកសារ ស្ប៉ត និងបទចំរៀងទេសចរណ៍ ។ តាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយក្នុងស្រុកដែលមានរលកផ្សាយចេញជាអន្តរជាតិនេះ ក៏បានផ្តល់ផលប្រយោជន៍យ៉ាងសំខាន់ដល់ការផ្សព្វផ្សាយទៅក្រៅប្រទេសផងដែរ ដោយភ្ជាប់ជាមួយយុទ្ធនាការឃោសនាផ្សព្វផ្សាយ "**កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ**" និងចលនាប្រលងប្រណាំង **ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ**។ ទន្ទឹមនឹងនោះ ការបោះពុម្ពឯកសារផ្សព្វផ្សាយជាភាសាជាតិ មន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្តមួយចំនួនក៏បានខិតខំផលិតឯកសារផ្សព្វផ្សាយរបស់ខ្លួនផងដែរ ប៉ុន្តែដោយហេតុថាភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកកាន់តែមានសំណូមពរ និងតម្រូវការព័ត៌មានជាច្រើន ដូចនេះ សកម្មភាពឃោសនាផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកចាំបាច់ត្រូវខិតខំទ្វេរដងថែមទៀត ពិសេសគឺការផលិតឯកសារជាភាសាជាតិ ការផលិតបទចំរៀងទេសចរណ៍បន្ថែម និងការពង្រឹងគុណភាព និងប្រសិទ្ធភាពមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ទាំងឡាយ។

(៩០) ចំពោះការងារស្ថិតិ និងព័ត៌មានទេសចរណ៍ គឺជាកិច្ចការគន្លឹះមួយដ៏ចាំបាច់សម្រាប់បម្រើដល់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវវិភាគសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងការងារវិនិយោគនានា។ ការប្រមូល និងចងក្រងនូវទិន្នន័យទេសចរណ៍ត្រូវបានផ្អែកលើមូលដ្ឋានស្តង់ដាស្ថិតិមួយពិតប្រាកដ មានដូចជា ស្ថិតិទេសចរណ៍មូលដ្ឋានអាជីវកម្ម សេវាកម្មទេសចរណ៍ ស្ថិតិកម្លាំងពលកម្មបម្រើឲ្យវិស័យទេសចរណ៍ និងរាល់ព័ត៌មានទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ទាំងក្នុង និងក្រៅប្រទេស ពិសេសគុណភាពស្ថិតិទេសចរណ៍កម្ពុជាត្រូវបានទទួលស្គាល់ដោយអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក(UNWTO) និងអង្គការទេសចរណ៍ PATA ក្នុងចំណោមប្រទេសចំនួន ១២ ដែលបានជ្រើសរើសក្នុងតំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក។ ជាមួយគ្នានោះ យើងបាននិងកំពុងអនុវត្តបន្តជាប្រចាំនូវការអង្កេតទេសចរណ៍ ដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យតាមបែបវិទ្យាសាស្ត្រមួយចំនួនបន្ថែមទៀត សម្រាប់ជាប្រភពមូលដ្ឋានជាក់លាក់ក្នុងការរៀបចំកសាង និងដាក់ចេញនូវមាគ៌ានយោបាយយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍មួយដ៏ត្រឹមត្រូវ។ ជាងនេះទៅទៀត ស្ថិតិទេសចរណ៍កម្ពុជាត្រូវបានធ្វើការផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងទូលំទូលាយតាមបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយ សារព័ត៌មានជាតិ អន្តរជាតិ និងតាមគេហទំព័រ។

(៩១) គេហទំព័ររបស់ក្រសួងទេសចរណ៍កំពុងត្រូវបានកែសម្រួល និងរៀបចំជាច្រើនភាសា និងធ្វើការពង្រឹងគុណភាពក្នុងការផ្តល់ព័ត៌មានទេសចរណ៍។ មណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ និងបញ្ជរព័ត៌មានទេសចរណ៍នៅតាមរាជធានី-ខេត្ត ត្រូវបានដាក់ឲ្យដំណើរការផ្សព្វផ្សាយ និងផ្តល់ព័ត៌មានជូនដល់ទេសចរ ប៉ុន្តែសំភារៈផ្សព្វផ្សាយ និងមន្ត្រីជំនាញបំរើការនៅមានកម្រិត ទាំងបរិមាណ និងគុណភាព ដែលចាំបាច់ត្រូវពង្រឹងឡើងវិញជាបន្ទាន់។

១១. អំពីការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍

(៩២) ការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរគឺជាកត្តាដ៏សំខាន់មួយក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។ ការងារចាំបាច់ត្រូវមានការចូលរួមសហការពីសំណាក់ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធមានសមត្ថកិច្ចទ្វេរឡើងថែមទៀត។ ដោយទទួលបានសហការគាំទ្រពីគ្រប់ស្ថាប័ន និងអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធ គណៈកម្មការអន្តរក្រសួងដើម្បីសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរ និងអ្នកដំណើរនៅតំបន់ច្រកទ្វារព្រំដែនអន្តរជាតិប៉ោយប៉ែត និងច្រកទ្វារអន្តរជាតិផ្សេងៗទៀត ដែលមាន ឯកឧត្តមបណ្ឌិត **ថោង ខុន** រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍ ជាប្រធាន និង **ឯកឧត្តមនាយឧត្តមសេនីយ៍ នេត សាវឿន** អគ្គស្នងការនគរបាលជាតិ ជាអនុប្រធានអចិន្ត្រៃយ៍ បានខិតខំសហការជំរុញដោះស្រាយបញ្ហាគន្លឹះសំខាន់ៗជាច្រើនក្នុងការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ឆ្លងកាត់ព្រំដែន និងការកាត់បន្ថយរបាំង ឬឧបសគ្គនានានៅតាមច្រកទ្វារព្រំដែន។

(៩៣) កិច្ចការជាអាទិភាព រួមមាន:

- ដោះស្រាយបានបាតុភាពអសកម្មនានានៅតាមច្រកព្រំដែន ពិសេសច្រកប៉ោយប៉ែត ដោយគ្រប់គ្រងឲ្យមានការដឹកជញ្ជូនផ្លាស់ប្តូរវេនគ្នា មានចំណតរថយន្តត្រឹមត្រូវ និងមានយន្តការគ្រប់គ្រងជាប្រចាំ។

- ច្រកទ្វារអន្តរជាតិត្រពាំងគ្រៀលបានរៀបចំសម្បទាល្អប្រសើរ មានចំណតរថយន្ត កន្លែងធ្វើការ និងគ្រប់គ្រងសេវាដឹកជញ្ជូនបានល្អ។
- ទំនាក់ទំនងការដឹកជញ្ជូនជាមួយវៀតណាម ត្រូវបានពង្រីកឲ្យកាន់តែល្អប្រសើរឡើងនៅតាមច្រកទ្វារទាំង១៣ ដោយមានការព្រមព្រៀងគ្នាបង្កើនចំនួនរថយន្តដល់ ៣០០គ្រឿងក្នុងមួយថ្ងៃដើម្បីបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលបំផុត ដោយអនុវត្តយន្តការច្រកចេញ-ចូលតែមួយ (បច្ចុប្បន្នទើបតែអនុវត្តបានប្រមាណ ៧៨គ្រឿងប៉ុណ្ណោះ)។
- ជាមួយថៃ កាលពីថ្ងៃទី ១៨ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១២ កន្លងមកនេះ យើងបានប្រារព្ធពិធីសម្ពោធបើកជាផ្លូវការស្ដីពីការផ្លាស់ប្ដូរសិទ្ធិធ្វើចរាចរដឹកជញ្ជូនឆ្លងកាត់ព្រំដែននៅច្រកទ្វារព្រំដែនអន្តរជាតិប៉ោយប៉ែត-អារញ្ញប្រាថេត ដោយខាងកម្ពុជាមានរថយន្ត Bus ចំនួន ៣០ គ្រឿង និងរថយន្តដឹក ទំនិញ ១០គ្រឿង អាចធ្វើដំណើរទៅដល់ទីក្រុងបាងកក រីឯខាងថៃមានរថយន្ត Bus ចំនួន ១០គ្រឿង និងរថយន្តដឹកទំនិញ ៣០គ្រឿង អាចធ្វើដំណើរមកដល់ខេត្តសៀមរាប និងភ្នំពេញ។
- ការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាសកាន់តែមានសកម្មភាពកើនឡើង ដោយនៅឆ្នាំ២០១១ តាមផ្លូវអាកាសកើនឡើង ១៣,៥% (ច្រកភ្នំពេញកើន ៩,១% ច្រកសៀមរាបកើន ១៧,២%) និងរយៈពេល ០៥ខែ ដើមឆ្នាំ២០១២ នេះ កើន ១៩,២% (ច្រកភ្នំពេញកើន ៩,១% ច្រកសៀមរាបកើន ២៦,៧%)។
- បច្ចុប្បន្ន យើងមានការហោះហើរភ្ជាប់ក្នុងតំបន់ និងសកលលោក តាមរយៈក្រុមហ៊ុនអាកាសចរអន្តរជាតិប្រមាណ ២១ក្រុមហ៊ុន។ ក្នុងឆ្នាំ២០១១នេះ យើងក៏បានពង្រីកការហោះហើរទៅកាន់ប្រទេសបារាំង ដែលជាគោលដៅទេសចរណ៍ដ៏មានសារៈសំខាន់នៅទ្វីបអឺរ៉ុប ដែលត្រូវបានកាត់ផ្ដាច់អស់រយៈពេលជាង៨០ឆ្នាំកន្លងមក តាមរយៈក្រុមហ៊ុនអាកាសចរ Air France និងការតភ្ជាប់ក្នុងតំបន់ទៅកាន់ប្រទេសហ្វីលីពីន និងមីយ៉ាន់ម៉ា។
- នាថ្ងៃទី០៣ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១២ ខាងមុខ ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរអាល្លឺម៉ង់ (Condor Airlines) នឹងចាប់ផ្ដើមការហោះហើរត្រង់ពីទីក្រុង Frankfurt មកកាន់សៀមរាបអង្គរ ០១ជើង ក្នុង១សប្ដាហ៍។
- ទន្ទឹមនឹងនោះ យើងក៏នៅមានការហោះហើរជាលក្ខណៈជួល (Charter Flight) ពីអេស្ប៉ាញ ជប៉ុន ចិន កូរ៉េ ឥណ្ឌូនេស៊ី និងពីបណ្ដាប្រទេសផ្សេងៗទៀត។
- ការហោះហើររវាងកម្ពុជា-កូរ៉េ ត្រូវបានបង្កើនរហូតដល់ ០៥ជើង ឬច្រើនជាងនេះ ក្នុងមួយថ្ងៃ ហើយការហោះហើរ កម្ពុជា-វៀតណាម គឺមានប្រមាណ ១៣ជើងក្នុងមួយថ្ងៃ។ យើងកំពុងខិតខំជំរុញឲ្យមានការតភ្ជាប់ការហោះហើរ Direct Flight ជាមួយជប៉ុន ឥណ្ឌូនេស៊ី ស្រីលង្កា និងតំបន់ដទៃទៀតនៃសកលលោក ពិសេសការហោះហើរពីប្រទេសជិតខាងមកកាន់តំបន់ឆ្នេរសមុទ្រ។

- ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរជាតិ (Cambodia Angkor Air) ក៏បានបង្កើនជើងហោះហើរទាំងក្នុង និងក្រៅប្រទេស ពិសេសការតភ្ជាប់អង្គរ និងតំបន់ឆ្នេរ (៣ជើងក្នុងមួយសប្តាហ៍)។
- ការដឹកជញ្ជូនតាមនាវាសមុទ្រកំពុងមានសកម្មភាពរីកចម្រើន។ ក្នុងឆ្នាំ២០១១ មាននាវាទេសចរណ៍ធំៗចូលចតប្រមាណ ២៧នាវា ដោយមានភ្ញៀវទេសចរចំនួន ១៥.០៤៦នាក់ ហើយក្នុងរយៈពេល ០៥ខែ ដើមឆ្នាំ២០១២នេះ មាននាវាទេសចរណ៍ធំៗ ចូលចតប្រមាណ ២៣នាវា ដោយមានភ្ញៀវទេសចរចំនួន ១៦.០២៥នាក់។
- កំពង់ផែទេសចរណ៍ខ្នាតតូចនៅខេត្តកែបត្រូវបានស្ថាបនា និងជួសជុល និងដាក់ឲ្យប្រើប្រាស់ជាបណ្តោះអាសន្ន ដើម្បីជាការតភ្ជាប់ទៅកាន់តំបន់ដែនដីសណ្តរប្រទេសវៀតណាម ពិសេសកោះភូគួក និងពីតំបន់ដ៏ទៃទៀត។

(៥៨) ការងារទិដ្ឋាការ

- កម្ពុជាជាប្រទេសឈានមុខមួយក្នុងតំបន់ស្តីពីទិដ្ឋាការ និងការសម្រួលការធ្វើដំណើរ។ យើងបានអនុវត្តការផ្តល់ទិដ្ឋាការពេលមកដល់តាមគ្រប់ច្រកទ្វារព្រំដែនអន្តរជាតិ និងច្រកទ្វារអន្តរជាតិ ដែលផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវ។ យើងក៏បានអនុវត្តប្រព័ន្ធទិដ្ឋាការអេឡិចត្រូនិច (e-visa) ស្របតាមនិន្នាការថ្មីនៃបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន។ ទិដ្ឋាការក៏ត្រូវបានផ្តល់នៅតាមស្ថានទូត ស្ថានកុងស៊ុលកម្ពុជានៅបរទេសផងដែរ។
- នៅក្នុងអាស៊ាន រាជរដ្ឋាភិបាលបានព្រមព្រៀងក្នុងការលើកលែងទិដ្ឋាការចំពោះភ្ញៀវនៃប្រទេសសិង្ហបុរី ម៉ាឡេស៊ី ហ្វីលីពីន ឡាវ វៀតណាម ថៃ (នៅឆ្នាំ ២០១១) ឥណ្ឌូនេស៊ី (នៅឆ្នាំ២០១១) ។ នៅសល់ប្រទេស២ទៀត គឺប្រ៊ុយណេ និងមីយ៉ាន់ម៉ា (ចំពោះលិខិតឆ្លងដែនធម្មតា) នៅពុំទាន់បានលើកលែងទិដ្ឋាការនៅឡើយ។
- ថ្មីៗនេះ រដ្ឋាភិបាលសាធារណរដ្ឋសហភាពមីយ៉ាន់ម៉ាបានជូនដំណឹងស្តីពីការផ្តល់ទិដ្ឋាការពេលមកដល់ (Visa On Arrival) នៅព្រលានយន្តហោះអន្តរជាតិរ៉ង់ហ្គូន ចំពោះប្រទេសចំនួន ២៦ ក្នុងនោះមានកម្ពុជាផងដែរ ដែលនឹងចាប់ផ្តើមអនុវត្តពីថ្ងៃទី០១ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១២នេះតទៅ (ជំហានដំបូងគឺសំរាប់ទិដ្ឋាការប្រភេទ Transit visa, Business visa, Entry visa-Meetings/ Workshops/ Events) ប៉ុន្តែពុំទាន់បានអនុវត្តចំពោះទេសចរនៅឡើយទេ។
- កម្ពុជាក៏បានផ្តល់ការអនុញ្ញាតឲ្យប្រើប្រាស់ត្រឹមប័ណ្ណព្រំដែន (Border Pass) សម្រាប់ប្រជាជនវៀតណាម និងឡាវ ដែលនៅខេត្តជិតព្រំដែនមកទស្សនាកម្ពុជាបានមួយសប្តាហ៍។
- កម្ពុជា និងថៃក៏បាននឹងកំពុងជំរុញការអនុវត្តកិច្ចព្រមព្រៀងទិដ្ឋាការតែមួយ (Single Visa) សម្រាប់ភ្ញៀវមកទស្សនាប្រទេសទាំងពីរ។
- បានសហការជាមួយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងឧត្តមក្រុមប្រឹក្សាសេដ្ឋកិច្ចជាតិធ្វើការសិក្សាអំពីការលើកលែងទិដ្ឋាការសម្រាប់ភ្ញៀវមកពីទីផ្សារធំៗមួយចំនួន ដូចជា ជប៉ុន ចិន កូរ៉េ ។ល។

(៩៥) ការអនុវត្តគោលនយោបាយសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរបស់កម្ពុជា គឺស្រប ទៅនឹងគោលនយោបាយយុទ្ធសាស្ត្ររបស់អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក និងនិន្នាការពិភពលោក ពិសេស គឺស្របតាមខ្លឹមសារនៃសេចក្តីប្រកាសកិច្ចប្រជុំរដ្ឋមន្ត្រីទេសចរណ៍ T២០ លើកទី៤ កាលពីថ្ងៃទី១៦ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១២ នៅប្រទេសម៉ិកស៊ិក ដែលសេចក្តីប្រកាសនេះបានផ្តោតសំខាន់ទៅលើការសម្រួលការធ្វើដំណើរ ជាមធ្យោបាយដើម្បីជម្រុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងការបង្កើតការងារ។

១២. ការទប់ស្កាត់ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានក្នុងវិស័យទេសចរណ៍

(៩៦) ជ្រកក្រោមស្លាកទេសចរណ៍ សកម្មភាពអវិជ្ជមានមួយចំនួនត្រូវបានបង្កើតឡើង ដូចជាឧក្រិដ្ឋកម្ម ពេស្យាចារ ការជួញដូរមនុស្ស ការរំលោភផ្លូវភេទលើកុមារ ការជួញដូរគ្រឿងញៀន។ល។ ក្រសួងទេសចរណ៍ រួមនិងក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ផ្នែកឯកជន អង្គការសង្គមស៊ីវិល បានរួមសហការយ៉ាងជិតស្និតក្នុងការ ប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងសកម្មភាពអវិជ្ជមានទាំងនេះ។ ជនល្មើសជាច្រើនត្រូវបានផ្តន្ទាទោស ក្នុងនោះរួមមាន ជនបរទេសដែលប្រព្រឹត្តអនាចារលើកុមារ។ល។ គណៈកម្មាធិការសុវត្ថិភាពកុមារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ក៏ បានយកចិត្តទុកដាក់អនុវត្តកិច្ចការជាប្រចាំ ពិសេសការបណ្តុះបណ្តាលអប់រំផ្សព្វផ្សាយអំពីសុវត្ថិភាពកុមារ និងការអប់រំលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពីផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាននៃវិស័យទេសចរណ៍នៅតាមគោលដៅ ទេសចរណ៍សំខាន់ៗ។

(៩៧) ក្នុងគោលបំណងដើម្បីជួយផ្សព្វផ្សាយដល់អ្នកដែលញៀនបារីឲ្យលះបង់ចោលទំលាប់ជក់ បារី និងឈានឆ្ពោះទៅរកជីវិត និងបរិស្ថានគ្មានផ្សែងបារី ក៏ដូចជាចូលរួមសំលេងគាំទ្រដល់រាជរដ្ឋាភិបាល ដើម្បីអនុម័តច្បាប់ស្តីពីការត្រួតពិនិត្យថ្នាំជក់នៅកម្ពុជា ក្រសួងទេសចរណ៍បានចេញសេចក្តីណែនាំស្តីពី ការហាមជក់បារីនៅកន្លែងធ្វើការ និងនៅមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍។

១៣. ការបញ្ជ្រាបយេនឌ័រក្នុងវិស័យទេសចរណ៍

(៩៨) កម្លាំងពលកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ភាគច្រើនជាស្ត្រីដែលមានប្រមាណ៥៥% នៃកម្លាំង ពលកម្មសរុប។ កម្លាំងពលកម្មនេះបានរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ដល់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ផ្នែកឯកជន តែងបានជំរុញជាប្រចាំដល់ការ លើកកម្ពស់ការងាររបស់ស្ត្រីនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ទាំងនៅថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់ក្រោមជាតិ និងនៅតាម មូលដ្ឋានសេវាកម្ម អាជីវកម្មទេសចរណ៍ ព្រមទាំងសហគមន៍ទេសចរណ៍ជនបទ។ យោងតាមអនុសាសន៍ ណែនាំដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ ទាំង ១៣ចំនុច របស់ **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រី នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** និងជាប្រធានកិត្តិយសយេនឌ័រ និងជាអនុប្រធានកិត្តិយសក្រុមប្រឹក្សាជាតិ ដើម្បីស្ត្រី និង**លោកជំទាវកិត្តិព្រឹទ្ធបណ្ឌិត**ដែលជាប្រធានកិត្តិយស គណៈកម្មាធិការលើកកម្ពស់សីល ធម៌សង្គម តម្លៃស្ត្រី និងគ្រួសារខ្មែរ ក្រសួងបានរៀបចំសិក្ខាសាលា និងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល ផ្សព្វផ្សាយស្តីពី យេនឌ័រ លើកកម្ពស់សីលធម៌សង្គម តម្លៃស្ត្រី និងគ្រួសារខ្មែរ សុជីវធម៌ ការលុបបំបាត់អំពើទម្រង់រើសអើង

លើនារីភេទ ការលប់បំបាត់ អំពើហិង្សាក្នុងគ្រួសារ ការលប់បំបាត់អំពើទម្រង់រើសអើងលើនារីភេទ ការលប់បំបាត់អំពើហិង្សាក្នុងគ្រួសារ ការលប់បំបាត់អំពើជួញដូរស្ត្រី និងកុមារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ជូនដល់មន្ត្រីរាជការក្នុងក្រសួងទេសចរណ៍ និងដល់សេវាកម្មគ្រប់អាជីវកម្មទៅតាមរាជធានី-ខេត្ត និងជំរុញឲ្យមានប្រធាន ឬតំណាងនារី តាមមន្ទីរ តាមគ្រប់អាជីវកម្ម និងឲ្យមានហិបបង់វិភាគទានផ្សាភ្ជាប់ទៅនឹងសមរភូមិមុខ ដែលដាក់ថា «កម្មវិធីនារីផ្សាភ្ជាប់សមរភូមិមុខ» ព្រមទាំងជំរុញផ្តល់ឱកាសនូវការងារ និងធ្វើការសម្រេចចិត្ត ផ្តល់ការងារតួនាទីដល់ស្ត្រី។ ក្រសួងបានកសាងជនបង្គោលយេនឌ័រនៅតាមរាជធានី-ខេត្ត ដើម្បីជួយអនុវត្តកិច្ចការបញ្ជ្រាបយេនឌ័របន្ត។

១៤. ការងាររដ្ឋបាល ហិរញ្ញវត្ថុ និងមន្ត្រីរាជការ

(៩៩) មន្ត្រីរាជការក្រសួងទេសចរណ៍មានចំនួនសរុប ៨៩៦ នាក់ នៅថ្នាក់ជាតិចំនួន ៥៣៩នាក់ និងនៅថ្នាក់ក្រោមជាតិចំនួន ៣៥៧ នាក់។ យើងសម្រេចបាននូវការងារសំខាន់ៗតាមគោលការណ៍កំណត់របស់ក្រុមប្រឹក្សាកំណែទម្រង់រដ្ឋបាលក្នុងការគ្រប់គ្រងមន្ត្រីរាជការ ការលើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាព ការទទួលខុសត្រូវរបស់មន្ត្រីរាជការ ការគោរពបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុង របៀបរបបធ្វើការងារ និងការពង្រឹងវិន័យ។ យើងបានរៀបចំ តម្លើងកាំ ឋានន្តរស័ក្តិជូនមន្ត្រីរាជការចំនួនសរុប ២១២ នាក់។ យើងបានសុំទិដ្ឋាការតែងតាំងមន្ត្រីថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់ក្រោមជាតិចំនួន ១២៨ នាក់ និងបានធ្វើពិធីប្រកាសតែងតាំងប្រធាន-អនុប្រធានមន្ទីរ ប្រធាន-អនុប្រធានការិយាល័យ មន្ទីរទេសចរណ៍ខេត្តបាត់ដំបង និងខេត្តកំពង់ស្ពឺ។ មន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត បានធ្វើសេចក្តីព្រាងតួនាទី ភារកិច្ច និងរចនាសម្ព័ន្ធ ស្របតាមសភាពការណ៍ថ្មីដើម្បីដាក់ឆ្លងថ្នាក់ដឹកនាំក្រសួង។ ក្រសួងបានចេញប្រកាសប្រតិភូកម្មជូនដល់ ក្រុង-ស្រុក-ខ័ណ្ឌ គោលដៅដែលក្រសួងមហាផ្ទៃបានកំណត់ រួមមានៈ ក្រុងពោធិសាត់ ខេត្តពោធិសាត់ ក្រុងកំពង់ឆ្នាំង ខេត្តកំពង់ឆ្នាំង ក្រុងច្បារមន ខេត្តកំពង់ស្ពឺ ក្រុងខេមរភូមិន្ទ ខេត្តកោះកុង ក្រុងបាវិត ខេត្តស្វាយរៀង ក្រុងដូនកែវ ខេត្តតាកែវ ក្រុងកំពត ខេត្តកំពត ក្រុងបានលុង ខេត្តរតនគិរី។ យើងបានរៀបចំប្រលងជ្រើសរើសមន្ត្រីរាជការសម្រាប់ឆ្នាំ២០១១-២០១២ បានចំនួន ៦៤នាក់ ក្នុងនោះមន្ត្រីថ្នាក់កណ្តាលចំនួន ២៩នាក់ និងថ្នាក់មន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានី/ខេត្តចំនួន ៣៥នាក់។

(១០០) ចំពោះការងាររដ្ឋបាល យើងបានខិតខំយ៉ាងសកម្មក្នុងការរៀបចំសណ្តាប់ធ្នាប់ សន្តិសុខសុវត្ថិភាព អនាម័យបានល្អប្រសើរ និងបានសម្របសម្រួលរៀបចំកិច្ចប្រជុំ ធ្វើរបាយការណ៍ កំណត់ហេតុរបស់ក្រសួងបាន២៥០លើក និងបានធ្វើចរាចរលិខិតចេញ-ចូលបានចំនួន១៨,៥៣០ច្បាប់ ។ ជាមួយគ្នានោះ បានសហការរៀបចំវេទិកាសិក្ខាសាលាធំៗ កិច្ចប្រជុំនានាជាលក្ខណៈអន្តរជាតិនៅទីស្តីការក្រសួងទេសចរណ៍ នៅវិមានសន្តិភាព និងនៅតាមសណ្ឋាគារធំៗក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ និងនៅតាមទីរួមខេត្តជាច្រើនទៀត។

(១០១) ការងារហិរញ្ញវត្ថុ ក្រសួងទេសចរណ៍បានខិតខំប្រមូលចំណូលរបស់ក្រសួង និងបង់ចូលថវិកាជាតិគ្រប់ផែនការដែលបានកំណត់ ។ ក្រសួងបានផ្តល់ឥណទានសាងសង់មណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ និងសាលាបណ្តុះបណ្តាលភាសាកូរ៉េនៅខេត្តសៀមរាប ផ្តល់ឥណទានសាងសង់មណ្ឌលព័ត៌មានខេត្តប៉ៃលិន ធ្វើរបងព័ទ្ធជុំវិញមន្ទីរទេសចរណ៍ខេត្តកែប ។ ព្រមជាមួយនេះយើងក៏បានទទួលធានាចំណាយថវិកាពីក្រសួង

សេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ សម្រាប់សាងសង់មន្ទីរទេសចរណ៍ខេត្តមណ្ឌលគិរីផងដែរ ។ ផែនការសកម្មភាពកែទម្រង់ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុសាធារណៈដំណាក់កាលទី២ ក្រសួងបានធ្វើការតាមដាន និងអនុវត្តតាមផែនការសកម្មភាពកែទម្រង់ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រសួង ជាពិសេសបានរៀងប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីការប្រមូលចំណូលលើការផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ និងកំពុងពិនិត្យឆ្លងជាមួយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងបានបន្តពង្រីកការបើកគណនីបៀវត្សរ៍ជូនមន្ត្រីរាជការដែលមានបៀវត្សរ៍ចាប់ពី ៥០០,០០០៛ ឡើងនៅធនាគារ ANZ ។

១៥. ការងារអធិការកិច្ច និងសវនកម្មផ្ទៃក្នុង

(១០២) ក្រោមស្មារតីនៃច្បាប់ទេសចរណ៍ មន្ត្រីអធិការកិច្ចទេសចរណ៍មាននិតិសម្បទាជានគរបាលយុត្តិធម៌។ ក្រោយពីបានចូលរួមក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលស្តីពី "ក្រមនីតិវិធីព្រហ្មទណ្ឌ" មន្ត្រីអធិការកិច្ចក្រសួង និងមន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្តចំនួន១០៥នាក់ បានចូលធ្វើពិធីសម្បថទទួលបាននិតិសម្បទាជានគរបាលយុត្តិធម៌ពេញលេញ។

(១០៣) មន្ត្រីអធិការកិច្ចបានចូលរួមសហការជាមួយនឹងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ចុះធ្វើការត្រួតពិនិត្យណែនាំដល់មូលដ្ឋានអាជីវកម្ម សេវាកម្មមណ្ឌលកម្សាន្តទេសចរណ៍ ឲ្យយកចិត្តទុកដាក់ដល់ការងារសន្តិសុខ សណ្តាប់ធ្នាប់ សុវត្ថិភាពជូនដល់ភ្ញៀវ ពិសេសត្រូវចូលរួមទប់ស្កាត់អនិតិជន ក្មេងទំនើង ការជួញដូរផ្លូវភេទ ការប្រើប្រាស់គ្រឿងញៀន។ ព្រមជាមួយនោះ យើងក៏បានចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងការសហការសម្របសម្រួលដោះស្រាយទំនាស់វិវាទទេសចរណ៍នានា និងបាតុភាពឆបោកក្លែងបន្លំគុណភាពការលក់ដូរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ផងដែរ។

(១០៤) ចំពោះការងារសវនកម្មផ្ទៃក្នុង យើងបានខិតខំចុះធ្វើសវនកម្មនៅតាមមន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានីខេត្ត និងចុះធ្វើការផ្ទៀងផ្ទាត់ប្រៀបធៀបទ្រព្យសម្បត្តិរដ្ឋ។ ទន្ទឹមនឹងនោះ យើងបានចូលរួមរៀបចំកសាងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រសវនកម្ម៣ឆ្នាំរំកិល ២០១២-២០១៤ ឲ្យស្របទៅតាមស្តង់ដារ និងធ្វើផែនការសវនកម្មប្រចាំឆ្នាំ២០១១ និងឆ្នាំ២០១២ ដើម្បីបម្រើឲ្យការងារធ្វើសវនកម្មនៅតាមមន្ទីរទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្តនានានៅទូទាំងប្រទេស។

IV. ចំណុចខ្លាំង

(១០៥) ឆ្នាំ២០១១ និងឆមាសទី១ ឆ្នាំ២០១២ ជាឆ្នាំដែលយើងបានប្រមូលផ្តុំនូវកំលាំងស្មារតីគន្លឹះជាច្រើនក្នុងការអនុវត្តនូវសកម្មភាពជាអាទិភាពនានា ដើម្បីប្រែក្លាយកម្ពុជាទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញ ប្រកបដោយគុណភាព និងភាពប្រកួតប្រជែងខ្ពស់។ ទាំងអស់នេះអាចសម្រេចបានអាស្រ័យដោយកត្តាចម្បងជាគន្លឹះមួយចំនួនជាអាទិ៍៖

- កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែង និងការយកចិត្តដាក់របស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាដែលមាន **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីជាប្រមុខដឹកនាំ** ប្រកបដោយ

គតិបណ្ឌិតដែលជានិច្ចជាកាលបានចាត់ទុកវិស័យទេសចរណ៍ជាវិស័យអាទិភាពមួយក្នុងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម។

- ការរក្សា និងពង្រឹងសន្តិសុខ សុវត្ថិភាព ស្ថិរភាពនយោបាយ និងសន្តិភាព គឺជាកត្តាគន្លឹះដ៏ចាំបាច់បំផុតជានាដល់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ដែលបានផ្តល់នូវការជឿជាក់ និងភាពកក់ក្តៅដល់ទេសចរក្នុងការស្នាក់អាស្រ័យ និងទស្សនាកម្សាន្ត។
- ការរីកលូតលាស់នៃប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ គមនាគមន៍ និងដឹកជញ្ជូន ពិសេសតាមផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក និងផ្លូវអាកាស។
- រាជរដ្ឋាភិបាលមានគោលនយោបាយបើកចំហរជើងមេឃ ផ្លូវគោក និងផ្លូវទឹក ព្រមទាំងមានប្រព័ន្ធសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរកាន់តែមានភាពងាយស្រួល ដូចជា ការផ្តល់ទិដ្ឋាការនៅពេលមកដល់ (Visa On Arrival) ទិដ្ឋាការអេឡិចត្រូនិច (E-Visa) ពិសេសនៅក្នុងក្របខណ្ឌអាស៊ាន យើងមានគោលនយោបាយលើកលែងទិដ្ឋាការសំរាប់ប្រជាជាតិអាស៊ាន។
- កម្ពុជាមានទីតាំងភូមិសាស្ត្រនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិកដែលកំពុងមានការលូតលាស់ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងទេសចរណ៍បន្ទាប់ពីវិបត្តិ ពិសេសតំបន់អាស៊ានដែលកំពុងក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ដ៏លេចធ្លោរបស់ពិភពលោក។
- កម្ពុជាពិតជាគោលដៅទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងធម្មជាតិដ៏ល្អដែលមានភាពទាក់ទាញមួយក្នុងតំបន់ ពិសេសភាពអច្ឆរិយៈគ្មានពីរនៃប្រាសាទអង្គរ ភាពដ៏ល្អស្អាតនៃតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា ភាពបៃតងនៃធម្មជាតិ និងភាពរស់រាយរាក់ទាក់របស់ប្រជាជនកម្ពុជា។
- ការដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការបង្កើតគោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីៗនៅតំបន់ឆ្នេរ (**តារារះនាទិសនីរតី**) និងតំបន់អេកូទេសចរណ៍ដើម្បីតភ្ជាប់ពីតំបន់វប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រអង្គរ និងការបង្កើតព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍សំខាន់ៗ គឺពិតជាយុទ្ធសាស្ត្រដ៏ត្រឹមត្រូវក្នុងការទាក់ទាញទេសចរទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិ ។
- ការដាក់ចេញនូវចលនាប្រលងប្រណាំង **«ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ»** គឺជាយន្តការពង្រឹងគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ដើម្បីផ្តល់ភាពកក់ក្តៅ និងការពេញចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរផង និងសំដៅធ្វើការអភិវឌ្ឍបៃតងនៅកម្ពុជា ស្របទៅនឹងនិន្នាការពិភពលោក នាពេលបច្ចុប្បន្នក្នុងការប្រែក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍បៃតង (Greeen Destination) ពិសេសគឺការចង់ឃើញនូវភាពស្អាត និងភាពបៃតង។
- ការជំរុញយុទ្ធនាការឃោសនាផ្សព្វផ្សាយ **"កម្ពុជាៈ ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ"** និង **"ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជាៈ តារារះនាទិសនីរតី"** ការខិតខំធ្វើការឃោសនាផ្សព្វផ្សាយរបស់យើងទាំងនៅក្នុងស្រុក និងក្រៅប្រទេស តាមគ្រប់រូបភាពមធ្យោបាយ និងសម្ភារៈ គឺបានផ្តល់នូវការចាប់អារម្មណ៍ និងការទាក់ទាញយ៉ាងខ្លាំងដល់ទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ។

V. បញ្ហាប្រឈមត្រូវដោះស្រាយ និងឱកាសត្រូវចាប់យក

ការបង្កើនផលិតផលទេសចរណ៍ និងការវិនិយោគក្នុងវិស័យទេសចរណ៍

* <u>និរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍនៅតំបន់អង្គរ</u> ៖

(១០៦) អង្គរដែលជាបេតិកភណ្ឌពិភពលោកនៃមនុស្សជាតិ បាននិងកំពុងបន្តដើរតួជាផលិតផល និងគោលដៅទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញ និងចំបងបំផុតរបស់កម្ពុជា។ កំណើននៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ ៨០% ក្នុងរយៈពេល ០៥ ខែដើមឆ្នាំ២០១២នេះ គឺជាតួលេខជាទីមោទនៈ ប៉ុន្តែកំណើនយ៉ាងគំហុកនៃចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិទៅកាន់តំបន់សៀមរាប-អង្គរ ក៏ស្តែងឱ្យឃើញផងដែរពីបញ្ហាប្រឈមចំបង និងសំខាន់ៗមួយចំនួនដែលទាមទារឲ្យមានការយកចិត្តទុកដាក់ប្រកបដោយស្មារតីប្រុងប្រយ័ត្នខ្ពស់ សំដៅជានាការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ ដែលចាំបាច់ត្រូវមានផែនការគ្រប់គ្រងមួយដែលមានលក្ខណៈប្រាកដនិយម និងជាក់លាក់ ត្រូវមានការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងរដ្ឋ-ឯកជន-ប្រជាពលរដ្ឋ/ទេសចរ-ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍។

* <u>ការវិនិយោគក្នុងវិស័យទេសចរណ៍</u> ៖

(១០៧) ថ្វីបើការវិនិយោគក្នុងវិស័យទេសចរណ៍មានកំណើនយ៉ាងគំហុកនារយៈកាលចុងក្រោយនេះ (យោងតាមរបាយការណ៍ចុងក្រោយរបស់ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា) ប៉ុន្តែនៅមានភាពស្រពេចស្រពិលចំពោះគម្រោងមួយចំនួនដែលបានទទួលការអនុញ្ញាតគោលការណ៍ពីរាជរដ្ឋាភិបាល ហើយពុំទាន់មានសកម្មភាពដែលធ្វើឱ្យរាំងស្ទះដល់កាលានុវត្តភាពនៃដំណើរការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជារួម។

* <u>ពិពិធកម្មទេសចរណ៍</u> ៖

(១០៨) បញ្ហាប្រឈម និងនិរន្តរភាពអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅតំបន់សៀមរាបអង្គរជាគោលដៅទេសចរណ៍ដ៏ចម្បងសម្រាប់ប្រទេសជាតិ និងការយល់ដឹងពុំទាន់ច្បាស់លាស់នៃគម្រោងវិនិយោគមួយចំនួនក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ក្នុងការចាប់យកនូវបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗចុងក្រោយ ដើម្បីរួមចំណែកដល់កិច្ចការពារបរិស្ថាន ស្តែងឱ្យឃើញពីភាពចាំបាច់ និងបន្ទាន់ក្នុងការជំរុញយុទ្ធសាស្ត្រពិពិធកម្មទេសចរណ៍ ទាំងគោលដៅទេសចរណ៍ និងផលិតផលទេសចរណ៍/សេវាកម្មទេសចរណ៍ ដែលត្រូវតែមានការត្រួតពិនិត្យ និងតម្រង់ទិសឲ្យបានទាន់ពេលវេលា សំដៅជានាឲ្យមានការវិនិយោគមួយប្រកបដោយគុណភាព និងប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញ និងនិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា។

(១០៩) សេវាកម្មម្ហូបអាហារ (ពិសេសម្ហូបខ្មែរ) និងសេវាកម្មលក់ផ្លូវវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍សុទ្ធតែមានសក្តានុពលក្នុងការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ ទាមទារឱ្យមានការយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ក្នុងការពង្រឹងគុណភាព។ លក្ខណៈប្រទាក់ក្រឡាគ្នាដែលជាមូលដ្ឋាននៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរ ក៏ទាមទារឱ្យមានការប្រុងប្រយ័ត្នខ្ពស់ ដោយត្រូវដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ជាក់លាក់ និងយន្តការស្ថាប័នប្រាកដប្រជាត្រឹមត្រូវ។ អេកូទេសចរណ៍ដែលកំពុងមានសន្ទុះងើបឡើង និងទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរនាយុគសម័យថ្មីដែលស្រលាញ់

ចូលចិត្តធម្មជាតិ និងបរិស្ថានល្អស្អាត ក៏ជាផ្នែកមួយដែលកម្ពុជាត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការអភិវឌ្ឍ និងប្រើប្រាស់ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវនូវរាល់សក្តានុពលនៃសម្បត្តិធនធានធម្មជាតិដ៏ត្រកាលរបស់ខ្លួន។ មួយវិញទៀត ស្របពេលដែលពិភពលោកទាំងមូលកំពុងបោះជំហានទៅមុខ នៅក្នុងសម័យកាលបៃតង ទស្សនៈទាននៃការអភិវឌ្ឍត្រូវគោរពដើរតាមគោលការណ៍ថ្មីនៃភាពស្អាត និងបៃតង "Clean and Green" ចូលរួមដល់ការកសាងសេដ្ឋកិច្ចបៃតង។ ក្នុងន័យនេះ ចក្ខុវិស័យសមស្របសម្រាប់ពេលបច្ចុប្បន្ននេះ គួរយកចិត្តទុកដាក់លើការកសាងទីក្រុងស្អាត/ទីក្រុងបៃតង និងរមណីយដ្ឋានស្អាត/រមណីយដ្ឋានបៃតង ដែលជាគំរូអភិវឌ្ឍមានការគិតគូរដល់កិច្ចការពារបរិស្ថានច្បាស់លាស់ ចូលរួមដល់ការលើកកម្ពស់មជ្ឈដ្ឋានរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ និងភាពទាក់ទាញផ្នែកទេសចរណ៍ ព្រមទាំងចូលរួមដល់ការកាត់បន្ថយការកើនកំដៅកពផែនដីដែលជានិន្នាការសាកលរបស់ពិភពលោកទាំងមូល។

ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស

* <u>កង្វះខាតធនធានមនុស្ស</u> ៖

(១១០) ស្របពេលដែលវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាបន្តរីកចំរើនយ៉ាងឆាប់រហ័ស តម្រូវការកំលាំងពលកម្មក៏កើនឡើងយ៉ាងខ្លាំង ពិសេសលើផ្នែកជំនាញវិជ្ជាជីវៈ ដែលនៅមានកង្វះខាតច្រើន ទាំងបរិមាណ និងគុណភាព។ កម្រិតជំនាញប្រកបដោយគុណភាពគឺជាកត្តាគន្លឹះក្នុងការពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍ និងបង្កើនភាពប្រកួតប្រជែង តាមរយៈការបំពេញសេចក្តីត្រូវការរបស់ភ្ញៀវទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិ។

(១១១) ការអនុវត្តកិច្ចព្រមព្រៀងទទួលស្គាល់គ្នាទៅវិញទៅមកនៃអ្នកជំនាញទេសចរណ៍អាស៊ាន (MRA) ខណៈដែលការអនុវត្តកិច្ចព្រមព្រៀង MRA លើការបំលាស់ទីអ្នកជំនាញទេសចរណ៍នៅក្នុងតំបន់អាស៊ានកាន់តែខិតជិតមកដល់ កម្ពុជាត្រៀមលក្ខណៈសម្បត្តិឲ្យបានសមស្រប ដែលចាំបាច់ត្រូវមានផែនការជាតិបណ្តុះបណ្តាលមួយជាក់លាក់ ក្នុងការពង្រឹង និងជំរុញការបណ្តុះបណ្តាលគ្រប់កម្រិត និងគ្រប់ប្រភេទជំនាញទេសចរណ៍ ពិសេសការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈ ចាំបាច់ត្រូវមានការសិក្សាស្រាវជ្រាវពីស្ថានភាពទីផ្សារ និង ស្ថានភាពទីផ្សារការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ឲ្យបានច្បាស់លាស់។ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរឹងនិងទន់សំរាប់បំរើដល់ការបណ្តុះបណ្តាលក៏នៅមានការខ្វះខាតទាំងបរិមាណ និងគុណភាព។ សាលាជាតិបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅមានតិច រីឯវិទ្យាស្ថានជាតិទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចពុំទាន់មាននៅឡើយ។

ការពង្រឹង និងលើកកម្ពស់គុណភាពទេសចរណ៍

* <u>ការអនុវត្តច្បាប់នៅមានកំរិត</u> ៖

(១១២) ច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ស្តីពីទេសចរណ៍ត្រូវបានអនុម័ត និងប្រកាសឲ្យប្រើជាធរមានតាំងពីឆ្នាំ២០០៩មកម្ល៉េះ ប៉ុន្តែការផ្សព្វផ្សាយ និងការចូលរួមអនុវត្តច្បាប់នៅមានកម្រិតនៅឡើយ ជាងនេះទៅទៀត ការកសាងបទដ្ឋានគតិយុត្តក្រោមច្បាប់នេះនៅមានភាពយឺតយ៉ាវ។

* <u>ការជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំង ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាតសោភ័ណ្ឌ</u> ៖

(១១៣) យុទ្ធនាការនេះត្រូវបានកំណត់ជាទិសដៅជាយុទ្ធសាស្ត្រ ក្នុងការពង្រឹងគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ សំដៅបង្កើនភាពប្រកួតប្រជែង និងធានានិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍនៅកម្ពុជា។ យុទ្ធនាការនេះត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងទូលំទូលាយ និងត្រូវបានមហាជនគ្រប់មជ្ឈដ្ឋានគាំទ្រ ប៉ុន្តែសកម្មភាពចូលរួមជាក់ស្តែង ពិសេសរបស់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍នៅមានកម្រិត។

* <u>តួនាទីនៃផ្នែកឯកជនក្នុងវិស័យទេសចរណ៍</u> ៖

(១១៤) ការចូលរួមរបស់ផ្នែកឯកជនក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា ពិសេសសមាគមឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍កម្ពុជា ហាក់នៅមានកម្រិតទន់ខ្សោយនៅឡើយ។ សមាគមឧស្សាហកម្មខ្លះពុំទាន់មានក្រមសីលធម៌ និងក្រមប្រតិបត្តិវិជ្ជាជីវៈ រាប់ទាំងលក្ខន្តិកៈ និងបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុង ឲ្យបានត្រឹមត្រូវ និងសមស្រប និងពុំទាន់មានអ្នកធ្វើការជាអចិន្ត្រៃយ៍ ខ្វះភាពជាតំណាង ខ្លះទៀតចំនួនសមាជិកនៅមានកម្រិត ហើយខ្លះទៀតក៏ពុំទាន់មានគោលការណ៍ច្បាស់លាស់ក្នុងដំណើរការរបស់ខ្លួន ដោយច្រើនគិតតែពីផលប្រយោជន៍អាជីវកម្មរៀងៗខ្លួន ខ្វះការយកចិត្តទុកដាក់ដល់និរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវផ្នែកសង្គម។

ការតភ្ជាប់ ការសំរួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរ និងសុវត្ថិភាពទេសចរ

* <u>ការតភ្ជាប់តាមផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក ផ្លូវអាកាស</u> ៖

(១១៥) ទេសចរអន្តរជាតិដែលមកទស្សនាកម្ពុជាបានមានកំណើនគួរជាទីមោទនៈ ទាំងតាមផ្លូវអាកាស (កើន១៩,២% ក្នុងរយៈពេល ០៥ខែ ដើមឆ្នាំ២០១២) និងតាមផ្លូវគោកនិងផ្លូវទឹក (កើន៣៤,២% ក្នុង ០៥ខែ ដើមឆ្នាំ២០១២)។ សញ្ញាវិជ្ជមានទាំងនេះទាមទារឱ្យមានការយកចិត្តទុកដាក់បន្ថែមទៀតដើម្បីធានាស្ថិរភាពនៃកំណើនក្នុងរយៈកាលយូរអង្វែង ដែលក្នុងនោះការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសមកកម្ពុជា ភាគច្រើនលើសលប់គឺជាលក្ខណៈតំបន់ រីឯការហោះត្រង់ពីតំបន់ជាគោលដៅឆ្ងាយៗនៅមានតិចនៅឡើយ។ ចំពោះការតភ្ជាប់ផ្លូវគោក ថ្វីបើមានការសម្រួលច្រើន ប៉ុន្តែបញ្ហានៅតាមច្រកទ្វារអន្តរជាតិ ពេលខ្លះនៅតែមានការកើតឡើងនូវបាតុភាពអសកម្ម ដែលចាំបាច់ត្រូវបន្តពង្រឹងជាប់ជាប្រចាំ។ ដោយឡែកការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវទឹក គឺសម្រួលបានល្អប្រសើរជាបន្តបន្ទាប់។ ដោយកម្ពុជាជាគោលដៅទាក់ទាញទេសចរណ៍ផ្នែកនាវាសមុទ្រ ការកសាងបន្ថែមកំពង់ផែទេសចរណ៍នៅតាមខេត្តតំបន់ឆ្នេរ និងការសម្រួលនូវបែបបទចូលចត និងបែបបទផ្សេងៗទៀត គឺជាប្រការដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ និងគិតគូរជាចាំបាច់។

* <u>ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ជាតិ</u> ៖

(១១៦) បើទោះជាពេលនេះយើងមានក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ជាតិរួចហើយ តែសមត្ថភាពប្រតិបត្តិការហាក់នៅមានកម្រិត ដោយក្នុងនោះការហោះហើរក្នុងស្រុកទើបនឹងចាប់ផ្តើមការតភ្ជាប់ពីសៀមរាប-ព្រះសីហនុ)

ដែលត្រូវបន្តជំរុញបន្ថែមជើងហោះហើរ ការតភ្ជាប់ពីភ្នំពេញ-ព្រះសីហនុ ព្រមជាមួយនោះ ការចាប់យកឱកាសក្នុងការពង្រីកការហោះហើរទៅក្រៅប្រទេសបង្កើតជើងហោះហើរ ពិសេសទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗក្នុងតំបន់។

* <u>ការសម្រួលបែបបទ</u> ៖

(១១៧) រាជរដ្ឋាភិបាលបានអនុវត្តទិដ្ឋាការពេលមកដល់ (Visa on Arrival) ប៉ុន្តែការផ្សព្វផ្សាយនៅមានកម្រិត ទេសចរប្រទេសខ្លះមិនទាន់ដឹងច្បាស់ ទេសចរខ្លះនៅអល់ឯក មិនហ៊ានមកដោយគ្មានទិដ្ឋាការជាប់នឹងខ្លួនជាមុនហើយ តែនៅមានប្រទេសខ្លះតម្រូវឲ្យពលរដ្ឋរបស់ខ្លួនត្រូវមានទិដ្ឋាការជាមុនទើបអោយចេញក្រៅបាន។ ទិដ្ឋាការក៏ត្រូវបានផ្តល់តាមស្ថានទូតស្ថានកុងស៊ុលកម្ពុជានៅបរទេសតែនៅមានទីផ្សារទេសចរណ៍ធំៗខ្លះយើងមិនទាន់មានស្ថានកុងស៊ុល។ ការផ្តល់ទិដ្ឋាការតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត (E-visa) ជាការប្រសើរ ប៉ុន្តែសម្រាប់តែអ្នកចេះភាសាអង់គ្លេស (ដែលជាទេសចរវ័យកណ្តាល និងយុវវ័យ) ចំណែកទេសចរវ័យចំណាស់ ឬអ្នកមិនចេះភាសាអង់គ្លេស មិនអាចយកទិដ្ឋាការតាមវិធីនេះបានទេ។

* <u>សុវត្ថិភាពភ្ញៀវទេសចរ</u> ៖

(១១៨) គ្រប់ស្ថាប័ន និងផ្នែកពាក់ព័ន្ធមានការសហការខិតខំច្រើន តែពិសេសនៅពេលមានគ្រោះថ្នាក់ចរាចរណ៍ធ្ងន់ធ្ងរ ការទទួលព័ត៌មាននិងវិធានការឆ្លើយតបពុំទាន់បានសមស្រប និងទាន់ពេលវេលានៅឡើយ។ ខណៈដែលពិភពលោកបន្តប្រឈមនឹងហានិភ័យនានា រួមទាំងគ្រោះមហន្តរាយដែលពិបាកនឹងព្យាករណ៍ទុកជាមុន ចាំបាច់ត្រូវបង្កើត និងពង្រឹងប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពឲ្យកាន់តែខ្លាំងដើម្បីផ្តល់ភាពកក់ក្តៅដល់ភ្ញៀវទេសចរ។

ការសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយ

* <u>ការវិវត្តឥតឈប់ឈរនៃនិន្នាការទេសចរណ៍</u> ៖

(១១៩) នារយៈកាលចុងក្រោយនេះ ទេសចរណ៍សកលលោកទាំងមូលបាននឹងកំពុងបន្តវិវត្តនៅក្នុងទម្រង់ និងសណ្ឋានផ្សេងៗគ្នាជាច្រើន។ និន្នាការថ្មីៗទាំងនេះជាកត្តាគន្លឹះកំណត់យុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវដាក់ចេញ ហើយដែលទាមទារឲ្យមានការតាមដានយកចិត្តទុក ដាក់សិក្សា និងវិភាគជាប់ជាប្រចាំ។ ការខ្វះខាតលើការងារសិក្សាទីផ្សារនេះអាចបណ្តាលឲ្យយើងចាប់យកគោលដៅខុស និងដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រមិនសមស្រប និងទាន់សភាពការណ៍។

* <u>កង្វះខាតលើការងារផ្សព្វផ្សាយ</u> ៖

(១២០) យើងបានខិតខំយ៉ាងសកម្ម និងចូលរួមពីគ្រប់ផ្នែកដើម្បីជំរុញការផ្សព្វផ្សាយ ទាក់ទាញទេសចរតាមគ្រប់រូបភាព និងគ្រប់មធ្យោបាយនានា ដូចជាផ្សាយតាមបណ្តាញទូរទស្សន៍ CNN តាមគេហទំព័រ ការ

ចូលរួមពិព័រណ៍ទេសចរណ៍អន្តរជាតិនានា ការផលិតសំភារៈ ការធ្វើ Fam-Trip។ល។ ប៉ុន្តែដើម្បីស្ថិរភាពនៃកំណើនក្នុងរយៈពេលវែង យើងត្រូវការភាពប្រកួតប្រជែងខ្លាំង ទាមទារការផ្សព្វផ្សាយច្រើន និងចូលដល់ក្នុងទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗជាគោលដៅ ដែលតម្រូវឲ្យមានយន្តការគាំទ្រច្បាស់លាស់ (ទាំងថវិកា មធ្យោបាយ និងមនុស្ស)។

* <u>ការជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក</u> ៖

(១២១) ស្របពេលដែលយើងខិតខំទាក់ទាញភ្ញៀវអន្តរជាតិឲ្យមកទស្សនាកម្ពុជា យើងក៏មិនត្រូវភ្លេចពីសារៈសំខាន់ និងភាពចាំបាច់ក្នុងការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ដែលមិនត្រឹមតែចូលរួមដល់យុទ្ធសាស្ត្រនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ជាតិរយៈកាលយូរអង្វែងប៉ុណ្ណោះទេ តែថែមទាំងចូលរួមលើកកម្ពស់ស្មារតីស្រលាញ់ជាតិ មាតុភូមិ តាមរយៈការស្គាល់ខ្លួនឯង ការឲ្យតម្លៃដល់សម្បត្តិធនធាន វប្បធម៌ និងធម្មជាតិដ៏សម្បូរបែប ដែលបន្សល់ទុកដោយបុព្វបុរសពីមួយជំនាន់ទៅមួយជំនាន់ថែមទៀតផង។ ការគាំទ្រ និងការចូលរួមរបស់ទេសចរក្នុងស្រុកពិតជាមានសារៈសំខាន់ រួមចំណែកថែមទៀតដល់ស្ថិរភាពម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ចជាតិ ដោយការបង្កើតការងារ បង្កើនចំណូលរបស់ប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាពលរដ្ឋ ពិសេសការការពារបរិស្ថាន អនាម័យ សណ្តាប់ធ្នាប់។ ការផលិតបទចម្រៀង និងស្ប៉តទេសចរណ៍ស្តីពីសក្តានុពលទេសចរណ៍ពិតជាបានធ្វើឲ្យប្រជាពលរដ្ឋស្គាល់ និងស្រលាញ់ទឹកដីរបស់ខ្លួន ចូលរួមការពារ និងចូលរួមជាយ៉ាងច្រើនដល់កិច្ចការពារ និងអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាពនៅឡើយ ពិសេសការចូលរួមថែរក្សាអនាម័យ របៀបរៀបរយ សណ្តាប់ធ្នាប់។ តែទន្ទឹមនេះ ក៏នៅមានទេសចរជាតិយើងខ្លះនៅពុំទាន់មានការភ្ញាក់រលឹកចូលរួម ។ ការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធឃោសនាក្នុងស្រុក ក៏បានរួមចំណែកយ៉ាងច្រើនដល់ការផ្សព្វផ្សាយទៅក្រៅប្រទេស ពិសេសដល់សហគមន៍បងប្អូនជនជាតិខ្មែរ។

ការកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានក្នុងវិស័យទេសចរណ៍

* <u>ការផ្លះផ្លាយផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចក្នុងវិស័យទេសចរណ៍</u> ៖

(១២២) វិស័យទេសចរណ៍ផ្តល់ផលប្រយោជន៍យ៉ាងច្រើនដល់សេដ្ឋកិច្ច សង្គម វប្បធម៌ និងបរិស្ថានទាំងដោយផ្ទាល់ និងដោយប្រយោល។ ទេសចរណ៍គឺជាកំលាំងចលករដ៏សំខាន់មួយក្នុងការរួមចំណែកជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច តាមរយៈការចាក់បញ្ចូលភ្លាមៗនៃរូបិយប័ណ្ណបរទេស ទៅក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាដោយជំរុញសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច បង្កើនចំណែកនៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប (GDP) បង្កើត និងបង្កើនឱកាសការងារ មុខរបរ ចំណូលជូនប្រជាពលរដ្ឋ និងចូលរួមដល់ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ ចំណូលទេសចរណ៍ វិវត្តរីកចំរើននៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាដែលជាសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី ហើយបង្កើតបានជាមេគុណប្រសិទ្ធិភាពសេដ្ឋកិច្ចដោយបង្កើនថែមបរិមាណចំណូល ហើយក្លាយជាប្រភពទុននិយោគ ទាំងសាធារណៈ និងឯកជនដ៏មាន

ឥទ្ធិពល។ ទេសចរណ៍គឺជាការនាំចេញនៅនឹងកន្លែង ដែលរួមចំណែកទប់ទល់ការបាត់តុល្យភាពនៃជញ្ជីងពាណិជ្ជកម្ម និងការលើកកម្ពស់ភាពប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិ។ ប៉ុន្តែដើម្បីធានាថា វិស័យទេសចរណ៍នៅតែបន្តតួនាទីសំខាន់ជាសសរទ្រូងនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ចជាតិក្នុងរយៈពេលវែង យើងត្រូវទប់ស្កាត់ឲ្យបាននូវការឆ្លុះធ្លាយផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ នៅពេលផលប្រយោជន៍ទាំងផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចសង្គម និងបរិស្ថាន ដែលបានមកពីវិស័យទេសចរណ៍ ត្រូវបានកាត់បន្ថយ ឬខាតបង់ ដូចជាចំណូលរូបិយប័ណ្ណបរទេសទទួលបានក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ អាចហូរចេញទៅក្រៅប្រទេសវិញ ដោយសារការនាំចូលផលិតផលនិងសេវាកម្មពីបរទេស ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងកំណើនតំរូវការនៅក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍។ ជាក់ស្តែងការនាំចូលគ្រឿងឧបភោគ បរិភោគ សំភារៈសំណង់ និងផលិតផលផ្សេងៗទៀតមកពីបរទេសសំរាប់ប្រើប្រាស់នៅតាមសណ្ឋាគារ និងភោជនីយដ្ឋានជាដើម សុទ្ធតែជាកត្តានាំឱ្យមានការឆ្លុះធ្លាយនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។ សំរាប់កម្ពុជា អត្រានៃការឆ្លុះធ្លាយខាងក្នុង *(Internal Leakages)* ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ គឺភាគច្រើនជាការឆ្លុះធ្លាយតាមរយៈការនាំចូល *(Import leakages)* ដោយសារការប្រើប្រាស់ផលិតផល និងទំនិញខ្លះនាំចូលពីបរទេស ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់តំរូវការភ្ញៀវទេសចរ ដោយហេតុថាប្រព័ន្ធបណ្តាញផ្គត់ផ្គង់ *(Supply chain)* របស់យើងនៅមានកម្រិត ធ្វើឲ្យមានការខាតបង់ចំណូលតំលៃបន្ថែម *(Value added)* ពីចង្វាក់ផលិតកម្ម។ ការឆ្លុះធ្លាយខាងក្រៅ *(External Leakages)* ក៏បញ្ហាចំបងមួយសំរាប់កម្ពុជានាពេលបច្ចុប្បន្ន ដោយយើងនៅពឹងផ្អែកលើទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ និងក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍បរទេសក្នុងការនាំភ្ញៀវមកទស្សនាកម្ពុជា។ ទាំងអស់នេះជាស្ថានភាព និងសភាពការជាក់ស្តែងចំពោះមុខនៅកម្ពុជាយើង ហើយទៅអនាគតការឆ្លុះធ្លាយទាំងអស់នេះប្រាកដជានឹងត្រូវកាត់បន្ថយបានច្រើន ព្រមជាមួយនឹងការដាក់ចេញវិធានការសមស្របនានា ដើម្បីរក្សាចំណូលជាអតិបរមាក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា។

* <u>ផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមាននៃវិស័យទេសចរណ៍លើផ្នែកសង្គម ៖</u>

(១២៣) កំណើនទេសចរណ៍យ៉ាងគំហុក ក៏នាំឲ្យមានការព្រួយបារម្ភមួយចំនួនលើឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានដែលអាចកើតមានមួយចំនួនក្នុងសង្គម ដូចជាបញ្ហាសុវត្ថិភាពកុមារ ការជួញដូរ និងប្រើប្រាស់គ្រឿងញៀនអំពើអនាចារ និងការជួញដូរមនុស្ស ដែលទាំងនេះទាមទារឲ្យមានការយកចិត្តទុកដាក់ជាប់ជាប្រចាំ និងការពង្រឹងការអនុវត្តច្បាប់ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តពាក់ព័ន្ធនានា។

VI. ទិសដៅអនុវត្តឆមាសទី២ ឆ្នាំ២០១២ និងឆ្នាំ២០១៣

ចក្ខុវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ឆមាសទី២ ឆ្នាំ២០១២ និងឆ្នាំ២០១៣

ស្របពេលដែលសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោកកំពុងបន្តងើបឡើងវិញពីលេកនៃវិបត្តិសកល ហើយភាពមិនប្រាកដប្រជានៅតែមាន ពិសេសនៅក្នុងទ្វីបអឺរ៉ុបដែលនៅតែប្រឈមនឹងបញ្ហាជាបន្តបន្ទាប់ វិស័យ

ទេសចរណ៍ត្រូវបានមើលឃើញថា ជាវិស័យមួយដែលរឹងមាំ និងមានភាពធន់ (Resilience) ដើរតួជាកាតាលីកររជំរុញដោលការងើបចេញពីវិបត្តិថែមទៀតផង។

តាមការព្យាករណ៍ នៅឆ្នាំ២០១៥ កម្ពុជានឹងទទួលទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ ៤.៥លាននាក់ និងនៅឆ្នាំ២០២០ ប្រមាណ ៧លាននាក់ ជាមួយនឹងចំណូលសរុបប្រមាណ ៥ពាន់លានដុល្លារ (បើគិតមេគុណប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ចប្រមាណ២ដង ចំណូលអាចរីកដល់ ១០ពាន់លានដុល្លារ) និងបង្កើតការងារដោយផ្ទាល់ប្រមាណ ៨០ ម៉ឺននាក់។

សម្រាប់ឆ្នាំ២០១២ យើងខិតខំសម្រេចឲ្យបាន នូវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ ៣.៣លាននាក់ ជាមួយនឹងចំណូលប្រមាណ ២១០០ លានដុល្លារ និងនៅឆ្នាំ២០១៣ ប្រមាណ ៣.៨លាននាក់ ជាមួយនឹងចំណូលប្រមាណ ២៣២០ លានដុល្លារ និងបង្កើតការងារប្រមាណ ៥០ម៉ឺននាក់។

ក្នុងរយៈពេលខ្លីខាងមុខនេះ ទីផ្សារទេសចរណ៍ជាអាទិភាពសំរាប់កម្ពុជា ត្រូវប្រមូលផ្តុំភាគច្រើន នៅក្នុងតំបន់ ដោយក្នុងនោះភ្ញៀវទេសចរមកពីតំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក (ស្មើនឹងប្រមាណ ៧២% នៃចំនួនសរុប) ពិសេសទេសចរផ្ទៃក្នុងអាស៊ាន (Intra ASEAN Travelers) ដែលមកទស្សនាកម្ពុជា (ស្មើនឹងប្រមាណ ៣៦.៥% នៃចំនួនសរុប) បាននឹងកំពុងមានសន្ទុះកើនឡើង ។ ទន្ទឹមនឹងនោះ ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការស្រូបទាញទេសចរជនជាតិចិន ជប៉ុន កូរ៉េ ឥណ្ឌា ដែលជាទីផ្សារដ៏ធំក្នុងតំបន់ ទីផ្សាររុស្ស៊ី និងទីផ្សារអារ៉ាប់ ដែលសុទ្ធសឹងជាទីផ្សារកំពុងងើបឡើងខ្លាំង (Emerging outbound markets) ស្របនឹងនិន្នាការបច្ចុប្បន្ននៃទីផ្សារទេសចរណ៍សកលលោក។ ភាពលេចធ្លោនៃទីផ្សារថ្មីៗទាំងនេះស្តែងឡើងតាមរយៈការរីកលូតលាស់នៃសេដ្ឋកិច្ចតំបន់ ពិសេសកំណើននៃប្រជាពលរដ្ឋថ្នាក់កណ្តាលដែលមានកំរិតជីវភាពមធ្យម (Middle Class) ដែលច្រើនចូលចិត្តធ្វើដំណើរកំសាន្តក្នុងរយៈចម្ងាយខ្លី (Short hauls)។ ប៉ុន្តែទោះបីស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចនៅអឺរុប ពុំទាន់មានភាពប្រាកដប្រជាក៏ដោយ តែក៏ត្រូវរក្សាឲ្យបាននូវទីផ្សារទាំងនេះ ពិសេស ទីផ្សារបារាំង អង់គ្លេស អាល្លឺម៉ង់....។

ផ្អែកលើបទពិសោធន៍ជាក់ស្តែងដែលវិស័យទេសចរណ៍បានឆ្លងកាត់ ចាប់តាំងពីឆ្នាំ២០១១ មកដល់បច្ចុប្បន្ន និងស្របតាមយុទ្ធសាស្ត្រ និងចក្ខុវិស័យរបស់អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក (UNWTO) សំរាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ (២០២០-២០៣០) ក៏ដូចជាផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍អាស៊ាន (២០១០-២០១៥) ដែលប្រទេសជាសមាជិកត្រូវចូលរួមឲ្យបានសកម្មក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ានជាគោលដៅទេសចរណ៍មួយដែលបានលក្ខណអន្តរជាតិ និងផ្តល់ភាពកក់ក្តៅដល់ទេសចរ ហើយដែលបានចង្អុលនូវផែនការយុទ្ធសាស្ត្រសំខាន់ៗ ០៥យ៉ាង៖

- ការបង្កើតផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ និងការវិនិយោគទេសចរណ៍
- ការលើកកម្ពស់ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍
- ការលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ (ការបង្កើតស្តង់ដារួមនៃផលិតផលទេសចរណ៍ ការលើកកម្ពស់ការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ តាមកម្មវិធីនៃ

កិច្ចព្រមព្រៀងទទួលស្គាល់គ្នាទៅវិញទៅមកនៃអ្នកជំនាញទេសចរណ៍ (MRA) និងការពង្រឹងការគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍តាមប្រព័ន្ធច្បាប់។

- ការជំរុញការតភ្ជាប់ និងការសម្រួលការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់

ឈរលើមូលដ្ឋាននេះ យើងរៀបចំរួចហើយនូវផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍២០១២-២០២០ ដែលជាត្រីវិស័យសម្រាប់ដាក់ចេញនូវផែនការអនុវត្តន៍សម្រាប់រយៈពេលខ្លី មធ្យម និងវែង។ ក្នុងន័យនេះ ដើម្បីចូលរួមអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ (២០១២-២០២០) និងដើម្បីដោះស្រាយនូវបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួនដូចបានថែងខាងលើ ក៏ដូចចាប់យកកាល្អានុវត្តភាពថ្មីៗ យើងនឹងបន្តរួមគ្នាអនុវត្តយ៉ាងសកម្មនូវទិសដៅជាយុទ្ធសាស្ត្រសំខាន់ៗក្នុងរយៈពេលខ្លី (វិធានការបន្ទាន់សំរាប់ឆមាសទី២ ឆ្នាំ២០១២ និងឆ្នាំ២០១៣) សំដៅចូលរួមជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ឲ្យរីកចំរើនកាន់តែឆាប់រហ័ស និងបានផ្តល់ប្រយោជន៍ជាអតិបរមាដល់ប្រជាពលរដ្ឋ និងឈានឆ្ពោះទៅការកសាងសេដ្ឋកិច្ចបៃតងនៅកម្ពុជា ដូចខាងក្រោម៖

ក. ការបង្កើតគោលដៅ និងផលិតផលទេសចរណ៍បៃតង

ក.១. ទេសចរណ៍វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ

- បន្តអនុវត្តគម្រោងផែនការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ប្រាសាទអង្គរប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងត្រៀមទទួលកំណើនទេសចរដ៏ច្រើននៅឆ្នាំ២០១៥-២០២០ ក្នុងនោះត្រូវមានការរៀបចំជាយន្តការគ្រប់គ្រងប្រាសាទ ការចាត់តាំងឲ្យមាន Site Manager ការកំណត់លំហូរភ្ញៀវនៅតាមប្រាសាទមួយចំនួន និងការបណ្តុះបណ្តាលមន្ត្រីជំនាញ។
- បន្តជំរុញអនុវត្តគម្រោង ADB ក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍នៅរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍វប្បធម៌សំបូរព្រៃគុហ៍ ខេត្តកំពង់ធំ។
- ស្វែងរកដៃគូអភិវឌ្ឍ ឬវិនិយោគិនក្នុងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍វប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រល្បីៗ។
- បន្តជំរុញអនុវត្តគម្រោងផែនការអភិវឌ្ឍតំបន់ទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រអន្លង់វែងឲ្យបានឆាប់។
- ពិចារណាក្នុងការកសាងផែនការអភិវឌ្ឍប្រាសាទបន្ទាយឆ្មារ។

ក.២. ទេសចរណ៍ឆ្នេរសមុទ្រ (ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា: ភាពរះនាទិសនិរតី)

- សហការជាមួយគ្រប់ផ្នែក ក្រសួង-ស្ថាប័នអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធ ក្នុងក្របខ័ណ្ឌគណៈកម្មាធិការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍តំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា និងក្នុងនាមជាសមាជិកនៃក្លឹបឆ្នេរស្អាតបំផុតលើសាកលលោក នឹងបន្តពង្រីកកិច្ចសហប្រតិបត្តិការដ៏ជិតស្និតជាមួយក្លឹបឆ្នេរដើម្បីដកស្រង់យកបទពិសោធន៍ល្អទាំងឡាយ ដើម្បីធ្វើការគ្រប់គ្រង អភិវឌ្ឍន៍តំបន់ឆ្នេរកម្ពុជាឲ្យបានល្អដោយនិរន្តរភាព។
- សហការជាមួយអាជ្ញាធរខេត្ត-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីត្រៀមលក្ខណៈឲ្យបានល្អរៀបចំពិធីបុណ្យសមុទ្រឆ្នាំ២០១២ នៅខេត្តកែប និងការរៀបចំមហាសន្និបាតក្លឹបឆ្នេរសមុទ្រស្អាតបំផុតលើសាកលលោក ព្រមជាមួយគ្នានឹងការរៀបចំពិធីបុណ្យសមុទ្រនៅខេត្តកំពត ឆ្នាំ២០១៣ (នៅរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ឋានសួគ៌បូកគោ)។

- ត្រៀមលក្ខណៈដើម្បីទទួលអនុវត្តភារកិច្ចដើម្បីធ្វើជាអនុប្រធានក្លឹបឆ្នេរសមុទ្រស្អាតបំផុតលើសាកលលោកសម្រាប់អាណត្តិ៣ឆ្នាំ (២០១៣-២០១៦)។
- ជំរុញការកសាងទីស្នាក់ការគណៈកម្មាធិការជាតិគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា (ដែលមានទីតាំងនៅខេត្តព្រះសីហនុ)។
- សហការជំរុញរៀបចំ Malson de La Baie នៅតាមបណ្តាខេត្តទាំង៤នៃតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា ដែលនឹងដើរតួជាផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីមួយទៀតជាមជ្ឈមណ្ឌលទេសចរណ៍ជាសារមន្ទីរទេសចរណ៍សមុទ្រសំរាប់ការទស្សនារបស់ភ្ញៀវ។
- យកចិត្តទុកដាក់ជាចម្បង និងសំខាន់ដល់ផែនការប្រើប្រាស់ដីធ្លី និងផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍នៅខេត្តទាំង៤នៃតំបន់ឆ្នេរឲ្យបានល្អ និងរៀបចំសេចក្តីព្រាងសារាចរណែនាំរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលស្តីពីការអភិវឌ្ឍមេណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ឆ្នេរខ្សាច់ (Beach Management Guideline)
- ជំរុញការរៀបចំឆ្នេរអូរត្រេះជាតំរូ ឲ្យទទួលបានជោគជ័យដើម្បីជាមូលដ្ឋាន និងជាត្រីវិស័យសំរាប់គម្រោងវិនិយោគនៅតាមបណ្តោយឆ្នេរសមុទ្រ ឱ្យគោរពបាននូវគោលការណ៍ចីរភាព។ ចំពោះមុខ សូមធ្វើឲ្យមានការរៀបចំជា Master Plan តំបន់ឆ្នេរគំរូនេះ ដើម្បីជាមូលដ្ឋានសំរាប់ដាក់ឲ្យដំណើរការ និងអនុវត្តជាក់ស្តែង ត្រៀមដាក់សម្ពោធឲ្យទាន់ក្នុងមហាសន្និបាតក្លិបឆ្នេរសមុទ្រដែលស្អាតជាងគេបំផុតលើសកលលោកលើកទី៩ នៅកម្ពុជា ឆ្នាំ២០១៣ ខាងមុខនេះ។
- រៀបចំចលនាប្រឡងប្រណាំង "ឆ្នេរស្អាត" ដោយរៀបចំ "Ecolabel ឆ្នេរខ្សាច់" ដើម្បីជាមូលដ្ឋានក្នុងការវាយតម្លៃ។
- ពង្រឹកបទពិសោធន៍របស់ថ្នាក់ដឹកនាំខេត្តទាំងបួននៅតំបន់ឆ្នេរ បន្ទាប់ពីបានទទួលបទពិសោធន៍អំពីទស្សនកិច្ចសិក្សាពីប្រទេសអូស្ត្រាលី ដើម្បីធ្វើការអភិវឌ្ឍនៅតំបន់ឆ្នេរ។
- ខិតខំបណ្តុះបណ្តាលឆ្មាំសមុទ្រកម្ពុជាឲ្យបានគ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីជាមូលដ្ឋានជួយដល់អាជ្ញាធរដែនដីក្នុងការគ្រប់គ្រងឆ្នេរ និងការកំសាន្តតាមឆ្នេរខ្សាច់ និងបន្តកិច្ចសហការជាមួយគណៈកម្មាធិការជាតិគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា ព្រមទាំងជំរុញការដាក់ឱ្យដំណើរការឆ្មាំឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា ដោយអាជ្ញាធរខេត្ត ឬផ្នែកឯកជន។
- រៀបចំបទដ្ឋានគតិយុត្តិមួយចំនួនសម្រាប់គ្រប់គ្រងសកម្មភាពទេសចរណ៍នៅតំបន់ឆ្នេរ ដូចជាប្រកាសស្តីពីការគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍កីឡានៅតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រដូចជា ទូកក្ដោង (Saling) ម៉ូតូប្រណាំងលើទឹក ជិះស្គីលើទឹក មុជក្រោមសមុទ្រ (Diving Tourism) ជាដើម។
- សហការជាមួយគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីស្នើសុំការយល់ព្រមពីរាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងការកសាងកំពង់ផែទេសចរណ៍ថ្មីនៅខេត្តកំពត និងខេត្តកោះកុង។
- រៀបចំទិន្នន័យ និងស្រង់ស្ថិតិដើម្បីធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពលើគំរោងវិនិយោគទេសចរណ៍នៅតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ជំរុញគំរោងវិនិយោគទេសចរណ៍ទាំងឡាយនៅតំបន់ឆ្នេរដោយមានការត្រួតពិនិត្យ និងណែនាំឲ្យបានជាប់ជាប្រចាំ សំដៅធានាដល់ប្រសិទ្ធភាព និងនិរន្តរភាពនៃការការពារបរិស្ថានតំបន់ឆ្នេរ។

- សហការជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធ ជាក់ដំណើរការនយោបាយទេសចរណ៍ផ្ទះទី២ (Second home tourist) នៅតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រ (ជំហានដំបូង)។
- សហការរៀបចំវិធានការការពារសន្តិសុខ សុវត្ថិភាពនៅតាមឆ្នេរខ្សាច់ និងការដោះស្រាយចំពោះសកម្មភាពអសកម្មនៅតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា ដូចជាការបូមខ្សាច់ដោយមិនគោរពតាមបទដ្ឋានត្រឹមត្រូវ ការបង្ហូរសំណល់រឹង រាវ (ទឹកសំអុយ) មានជាតិពុលចូលសមុទ្រ ការចាក់ដីចូលក្នុងសមុទ្រជាដើម និងករណីចាំបាច់ឈានដល់ការរៀបចំបទដ្ឋានគតិយុត្តិចាំបាច់មួយចំនួន ដើម្បីជាមូលដ្ឋានគ្រឹះសំរាប់គ្រប់គ្រងការអភិវឌ្ឍនិងដោះស្រាយរាល់សកម្មភាពអសកម្មទាំងនេះ (ដូចជារៀបចំ "ច្បាប់គ្រប់គ្រងតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា")។

ក.៣. <u>វិស័យអេកូទេសចរណ៍</u>

- ជំរុញការកសាងគោលនយោបាយជាតិអេកូទេសចរណ៍ និងការបង្កើតគណៈកម្មាធិការជាតិអេកូទេសចរណ៍។
- បន្តស្វែងរកដៃគូដើម្បីធ្វើផែនការអភិវឌ្ឍអេកូទេសចរណ៍ឲ្យបានល្អ និងការអភិវឌ្ឍគំរោងអេកូទេសចរណ៍គំរូនៅតំបន់ឆ្នេរ តំបន់ភូមិភាគឦសាន្ត តំបន់ទន្លេសាប តំបន់ព្រះវិហារ (ទាំងគំរូខ្នាតធំ និងគំរូខ្នាតតូច)។
- សហការជាមួយក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនានា ជម្រុញរាល់គំរោងវិនិយោគ (ខ្នាតធំ) និងសមាគមន៍អេកូទេសចរណ៍ (ខ្នាតតូច) នៅគ្រប់តំបន់ ឲ្យមានដំណើរការប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។
- ពង្រឹកស្មារតីនៃសេចក្តីថ្លែងការណ៍ក្រុងព្រះសីហនុស្តីពីកិច្ចសហប្រតិបត្តិការពហុភាគីដើម្បីការអភិវឌ្ឍអេកូទេសចរណ៍ ដែលត្រូវបានអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោកទទួលស្គាល់និងគាំទ្ររួចហើយ។
- ត្រៀមចូលរួមមហាសន្និបាតអេកូទេសចរណ៍ពិភពលោក នៅសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ។
- សហការពង្រឹង និងពង្រីកការបង្កើតសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ និងសហគមន៍ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ ដើម្បីកិច្ចការពារបរិស្ថាន ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងការកាត់បន្ថយចំណាកស្រុក។
- បង្កើនការពង្រឹងសមត្ថភាពបណ្តុះបណ្តាលជំនាញអេកូទេសចរណ៍ (ពិសេសមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ក្នុងសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍)។
- ជំរុញចលនាទេសចរម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម ឬដាំដើមឈើផ្តើមចេញពីអ្នក នៅតាមរមណីយដ្ឋាននានា។
- សហការជំរុញការរក្សាអនាម័យ បរិស្ថាន នៅតាមទីក្រុង ទីប្រជុំជន និងគោលដៅទេសចរណ៍ទាំងអស់ ពិសេសគឺយុទ្ធនាការកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ថង់ប្លាស្ទិច និងលប់បំបាត់ កុំឲ្យមានថង់ប្លាស្ទិចហើរតាមខ្យល់ឲ្យបានមុនឆ្នាំ២០១៥។

ក.៣.១. <u>នៅតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រ៖</u>

- ក្នុងក្របខណ្ឌគណៈកម្មាធិការជាតិគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា រៀបចំអភិវឌ្ឍអេកូទេសចរណ៍ (ខ្នាតធំ) ជាគំរូមួយនៅតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រ។
- សហការជាមួយក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ បន្តពង្រឹងសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍បច្ចុប្បន្ន និងយកចិត្តទុកដាក់ពង្រឹង និងរៀបចំគំរោងអភិវឌ្ឍសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍នៅព្រៃកោងកាង។

ក.៣.២. <u>នៅតំបន់ភូមិភាគឥសាន្ត៖</u>

- ជំរុញការអភិរក្ស និងអភិវឌ្ឍន៍តំបន់សត្វផ្សោតទន្លេមេគង្គនៅខេត្តក្រចេះ និងខេត្តស្ទឹងត្រែង ដោយសហការជិតស្និតជាមួយគណៈកម្មាធិការអភិរក្ស និងអភិវឌ្ឍន៍តំបន់អេកូទេសចរណ៍សត្វផ្សោតទន្លេមេគង្គ និងអាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន ដើម្បីបន្តជំរុញកសាងសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍មូលដ្ឋានឲ្យបានល្អ សំដៅធ្វើការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ បង្កើនចំណូលដល់ប្រជាពលរដ្ឋ ទប់ស្កាត់សកម្មភាពនេសាទដែលអាចប៉ះពាល់ដល់ជីវិតសត្វផ្សោត។
- សហការជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់សត្វស្លាប សត្វព្រៃ ព្រៃធម្មជាតិ តំបន់ធម្មជាតិ ទឹកធ្លាក់នៅមណ្ឌលគិរី រតនគិរី ស្ទឹងត្រែង ដោយបង្កើតឲ្យមាននូវសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ សម្បទានទេសចរណ៍ និងផលិតផលទេសចរណ៍ដ៏ទាក់ទាញថ្មីៗបែបកម្សាន្តធម្មជាតិ ដូចជាការលើកទឹកចិត្តដល់ការបង្កើត Green Hotel, Green Resort, Green Restaurant, Green Homestay, ផ្លូវថ្មើរជើង (Hiking) ផ្លូវជិះកង់ (Biking) ការជិះទូកកម្សាន្ត canoeing, rowing...។

ក.៣.៣. <u>នៅតំបន់ទន្លេសាប៖</u>

- បន្តកិច្ចសហការជាមួយអាជ្ញាធរទន្លេសាប និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ សំដៅកសាងតំបន់នេះឲ្យទៅជាតំបន់ទេសចរណ៍ជីវចម្រុះ (Bio-sphere) ក្នុងនោះត្រូវផ្សព្វផ្សាយ និងត្រូវខិតខំយកបទពិសោធន៍ល្អៗនៃដំណើរទស្សនកិច្ចសិក្សារបស់ខេត្តទាំង៦នៅជុំវិញបឹងទន្លេសាបនៅប្រទេសអូស្ត្រាលី ឲ្យទទួលបានលទ្ធផលល្អនិងមានប្រសិទ្ធិភាព។

- យកចិត្តទុកដាក់ដល់ការអភិវឌ្ឍអេកូទេសចរណ៍នៅតំបន់ប្រាសាទព្រះវិហារ និងប្រាសាទកោះកេរ្តិ៍ បេងមាលា ដោយជំរុញលើកទឹកចិត្ត និងរៀបចំឲ្យមានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបដិសណ្ឋារកិច្ច ដូចជា Green Hotel, Green Resort, មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនសាមញ្ញ។ល។

ក.៤. ទីក្រុងស្អាត និងបៃតង (តាមយុទ្ធសាស្ត្រ Clean & Green)

- ជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំង "ទីក្រុងស្អាត" តាមផែនការ និងកម្មវិធីដែលបានកំណត់សំដៅជានាឲ្យបាននូវការផ្ដល់រង្វាន់លើកទី១ នៅចុងឆ្នាំ២០១៣ ឬដើមឆ្នាំ២០១៤ និងផ្ដល់រង្វាន់លើកទី២នៅចុងឆ្នាំ២០១៦ ឬដើមឆ្នាំ២០១៧។
- យកចិត្តទុកដាក់ជាសំខាន់ដល់ការអប់រំយល់ដឹងអំពីទស្សនទាន "Clean and Green" ទេសចរណ៍បៃតង (Green Tourism)។ ទេសចរណ៍បៃតងបាននឹងកំពុងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់រួមចំណែកដល់ការកសាងសេដ្ឋកិច្ចបៃតង (Green Economy) កិច្ចការពារបរិស្ថាន និងការកាត់បន្ថយការកើនឡើងកំដៅនៃភពផែនដី ក្នុងនោះជំរុញការកសាងទីក្រុងបៃតង (Eco-City) ជំរុញកសាង Green Hotel Standard, Green Homestay Standard ការកសាងតំបន់បៃតង Green Space (ក្រោមយុទ្ធនាការ "ទេសចរម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម" ឬការដាំដើមឈើ ផ្ដើមចេញពីអ្នក) ការគ្រប់គ្រងការរៀបចំអនាម័យ (ការកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ថង់ប្លាស្ទិក និងការបំបាត់កុំឲ្យមានថង់ប្លាស្ទិចហើរតាមខ្យល់នៅតាមទីសាធារណៈ និងទីក្រុងឲ្យបានមុនឆ្នាំ២០១៥) ការរៀបចំឲ្យមានផ្លូវជិះកង់ ការជិះរថយន្តក្រុង ការប្រើប្រាស់ប្រភេទរថយន្តដើរដោយថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យ ការកសាងរមណីយដ្ឋានស្អាតនិងរមណីយដ្ឋានបៃតង។
- យកចិត្តទុកដាក់ធ្វើឲ្យមានការប្រែប្រួល រាល់ទីក្រុងទាំងអស់នៅគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ដោយ កសាងទីក្រុងទាំងអស់នោះ ជាទីក្រុងអេកូ (Eco-City) ធានាបាននូវភាពស្អាត និងភាពបៃតង មានរបៀបរៀបរយ សណ្ដាប់ធ្នាប់ល្អ និងអនាម័យល្អប្រសើរ។
- បន្តជំរុញឱ្យមានផ្សាររាត្រី (នៅតាមទីក្រុងទេសចរណ៍សំខាន់ៗ)។
- សហការរក្សាបេតិកភណ្ឌទីក្រុងឱ្យបានល្អ ដើម្បីជាមូលដ្ឋានអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌទីក្រុង។
- ជំរុញចលនាទេសចរណ៍យុវជន (Youth Tourism) និងបំផុសចលនាយុវជនចូលរួមចំណែកដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍បៃតង។
- ជំរុញរៀបចំឲ្យមានតំបន់ថ្មើរជើងសំរាប់ភ្ញៀវទេសចរនៅតាមទីក្រុងសំខាន់ៗ ចំពោះមុខគឺជំរុញការរៀបចំបញ្ចប់តំបន់ថ្មើរជើងនៅរាជធានីភ្នំពេញ (តំបន់ប្រៃសណីយ៍) ឲ្យបានចប់សព្វគ្រប់នៅឆ្នាំ២០១២។
- បំផុស និងជំរុញចលនា ទេសចរម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម នៅគ្រប់តំបន់ និងគោលដៅទេសចរណ៍ទាំងអស់ ដោយសហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ និងអាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន។

♦ សហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីជំរុញការកសាងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសំខាន់ៗ ដូចជាផ្លូវថ្នល់ កំពង់ផែ អាកាសយានដ្ឋាន...ទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍ រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ និងសហគមន៍ទេសចរណ៍នានា។

ក.៥. ការបង្កើតព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍នានា

ជំរុញការបង្កើតព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ វប្បធម៌ និងកីឡានានាឲ្យបានអធិកអធមៈ

- ការត្រៀមរៀបចំចូលរួមព្រះរាជពិធីបុណ្យអុំទូក និងច្រត់ព្រះនង្គ័ល។

- ការត្រៀមរៀបចំកិច្ចប្រជុំ EATOF នាខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១២ នៅសៀមរាប។
- ការត្រៀមរៀបចំអបអរសាទរខួបលើកទី២០ឆ្នាំ នៃការដាក់បញ្ចូលប្រាសាទអង្គរវត្តជាបេតិកភណ្ឌពិភពលោក នាខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១២។
- ការត្រៀមរៀបចំពិធីបុណ្យសមុទ្រនៅខេត្តកែប នៅខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១២ និងឆ្នាំ ២០១៣ នៅភ្នំបូកគោ ព្រមជាមួយនឹងមហាសន្និបាតក្លឹបឆ្នេរសមុទ្រ។
- ការត្រៀមរៀបចំ Angkor Wat Festival Music នៅខែមករា ដើមឆ្នាំ២០១៣។
- ការត្រៀមរៀបចំការប្រកួតកីឡាក្នុងក្របខណ្ឌអាស៊ាន។
- ការត្រៀមរៀបចំបង្ហាញ និងហែក្បួនម៉ូតូធុនធំ នាខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១២។
- ការត្រៀមរៀបចំប្រណាំងរថយន្ត ម៉ូតូឆ្លងកាត់ឧបសគ្គនៅខែសីហា ឆ្នាំ២០១២។
- ការត្រៀមរៀបចំការប្រកួតកីឡាវាយកូនហ្គោលជាលក្ខណៈអន្តរជាតិនៅខេត្ត សៀមរាប និងនៅរាជធានីភ្នំពេញ។
- ការត្រៀមរៀបចំ Internatinal Half Marathon នៅសៀមរាប រាជធានីភ្នំពេញ និង ខេត្តព្រះសីហនុ។
- ការត្រៀមរៀបចំក្បួនរថយន្តមិត្តភាព India-ASEAN Car Rally នៅខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១២។
- ការត្រៀមរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍កីឡា Tri-Athlon នៅសៀមរាប និងខេត្តព្រះសីហនុ។
- ការត្រៀមរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍កីឡា Du-Athlon នៅសៀមរាប
- ការត្រៀមរៀបចំការប្រណាំងកង់នៅអង្គរវត្តនាខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១២។
- ជំរុញនិងទាក់ទាញ ឲ្យមានការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ MICE នៅភ្នំពេញ សៀមរាប និងក្រុងព្រះសីហនុ។
- សិក្សា និងសហការជាមួយផ្នែកឯកជនដើម្បីជំរុញការផ្សព្វផ្សាយផលិតផលម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈខ្មែរ។
- ជំរុញឲ្យរាជធានី-ខេត្តនីមួយៗ រៀបចំជាព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗដែលអាចឆ្លុះបញ្ចាំងពីអត្តសញ្ញាណ និងប្រវត្តិរបស់ខ្លួន (យ៉ាងហោចណាស់ម្តងក្នុង១ឆ្នាំ)។
- ពិចារណាក្នុងការរៀបចំបុណ្យទន្លេ នៅតាមបណ្តាខេត្តដងទន្លេមេគង្គ។
- សិក្សាអំពីការត្រៀមរៀបចំមហាសន្និបាតអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោកឆ្នាំ ២០១៥។

ក.៦. អំពីការវិនិយោគលើវិស័យទេសចរណ៍

- យកចិត្តទុកដាក់ផ្សព្វផ្សាយនូវគោលនយោបាយវិនិយោគ ដើម្បីទាក់ទាញអ្នកវិនិយោគធំៗដែលមានកម្រិតបច្ចេកទេស បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ (ឬចុងក្រោយ) ក្នុងការកសាងទីក្រុងទេសចរណ៍ថ្មី មណ្ឌលកម្សាន្តទេសចរណ៍ រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ សណ្ឋាគារធំៗខ្នាតអន្តរជាតិ។ល។
- ទន្ទឹមនឹងនេះ ត្រូវសហការជាមួយក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា ដើម្បីធ្វើការត្រួតពិនិត្យ និងជំរុញគម្រោងវិនិយោគទេសចរណ៍ទាំងឡាយឲ្យមានប្រសិទ្ធភាព។

ខ- កិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ

- បន្តជំរុញកិច្ចសហប្រតិបត្តិការដ៏ល្អជាមួយអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក ដើម្បីតាមដានការវិវត្តន៍សភាពការណ៍សកលលោក។
- បន្តកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយដៃគូអន្តរជាតិនានា ដូចជា អេស្ប៉ាញ សាធារណរដ្ឋកូរ៉េ

អូស្ត្រាលី លើការអភិវឌ្ឍអេកូទេសចរណ៍។

- សហការជាមួយ ASEAN Japan Center, ASEAN Korea Center, ASEAN China Center លើការកសាងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារក្នុងតំបន់។
- សហការជាមួយរុស្ស៊ី ជប៉ុន ឥណ្ឌា ដើម្បីជំរុញឲ្យមានការហោះហើរត្រង់មកកម្ពុជា។
- ជំរុញកិច្ចសហប្រតិបត្តិការក្នុងតំបន់អាស៊ាន GMS, Mekong-Japan, ACMECS, CLMV, CLV និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការទ្វេភាគី។
- យកចិត្តទុកដាក់ចូលរួមក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ និងកិច្ចប្រជុំសំខាន់ៗរបស់អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក និងកិច្ចប្រជុំទេសចរណ៍អន្តរជាតិនានា។

ឥ. ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស

- ជំរុញការបង្កើតសាលាជាតិបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ វិទ្យាស្ថានជាតិទេសចរណ៍ ដោយសហការ និងស្វែងរកជំនួយឧបត្ថម្ភពីដៃគូអភិវឌ្ឍនានា ដូចជា៖
  - ជំរុញកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយទីភ្នាក់ងារបារាំងដើម្បីការអភិវឌ្ឍន៍ (AFD) ដើម្បីកសាងជាតិបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ (ក្រោមទម្រង់គ្រឹះស្ថានសាធារណៈឯករាជ) ឲ្យបាននៅដើមឆ្នាំ២០១៣។
  - ជំរុញកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយមូលនិធិ 360 របស់ប្រទេសស្វីសដើម្បីកសាងសាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈធ្វើម្ហូប។
  - ជំរុញកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយសាកលវិទ្យាល័យ Cheju របស់កូរ៉េ ដើម្បីបង្កើតសាកលវិទ្យាល័យទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច នៅខេត្តសៀមរាប។
  - ជំរុញកិច្ចសហការជាមួយចិន (ខេត្តក្វាងស៊ី) អំពីការសាងសង់សាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប។
- ជំរុញការអនុវត្តកិច្ចព្រមព្រៀងទទួលស្គាល់គ្នាទៅវិញទៅមកនៃអ្នកជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍អាស៊ាន (MRA) ដើម្បីបំពេញលក្ខខណ្ឌ... ដើម្បីបំពេញគោលនយោបាយបំលាស់ទីអ្នកជំនាញទេសចរណ៍អាស៊ាននៅឆ្នាំ២០១៥ តាមរយៈការរៀបចំឱ្យមានស្តង់ដាសមត្ថភាពកម្មវិធីសិក្សាក្របខ័ណ្ឌគុណវុឌ្ឍិ (Qualification Framework) សៀវភៅ និងឧបករណ៍សិក្សា (Training toolbox) និងបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលវាយតម្លៃអ្នកជំនាញទេសចរណ៍អាស៊ាន។
- រៀបចំផែនការជាតិបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងតំរូវការជាក់ស្តែងរបស់ទីផ្សារ ។
- យកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ដល់ការបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ស្របតាមស្មារតីនៃអនុក្រឹត្យស្តីពីមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ក្នុងនោះការដាក់ចេញប្រកាសស្តីពីកម្មវិធីសិក្សា (Curriculum) ជាកិច្ចការប្រញាប់។
- ការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញបដិសណ្ឋារកិច្ច ដោយភ្ជាប់ទៅនឹងនយោបាយលើកទឹកចិត្តដល់មូលដ្ឋានបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ ដែលក្រោយការបញ្ចប់ការសិក្សា មានសិស្ស ១០០% បានទទួលការងារធ្វើ។
- ចងក្រងបណ្តាញ (Network) រវាងអ្នកសិក្សាស្រាវជ្រាវ សាស្ត្រាចារ្យ អ្នកជំនាញក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ក្រោមឆ័ត្ររបស់ក្រសួងទេសចរណ៍។
- សិក្សារៀបចំឲ្យមានវេទិកាទេសចរណ៍ជាតិប្រចាំឆ្នាំ។

- សហការជាមួយសាកលវិទ្យាល័យនានា ដើម្បីបញ្ជូនវាគ្មិនពីក្រសួងទេសចរណ៍ទៅឧទ្ទេសនាមអំពីគោលនយោបាយ គោលការណ៍ និងទស្សនទានថ្មីៗនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍សាកលលោក តំបន់ និងក្នុងប្រទេស។
- សហការជាមួយក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា ដើម្បីជំរុញបញ្ចប់ការរៀបចំកម្មវិធី និងមេរៀនទេសចរណ៍ (រាប់ទាំងកម្មវិធីអប់រំអំពីការកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ថង់ប្លាស្ទិច) សម្រាប់បញ្ចូលក្នុងកម្មវិធីសិក្សារបស់សិស្ស ។

ឃ. ការពង្រឹង និងលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍

ជំរុញចលនាប្រលងប្រណាំង ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ ដែលជាយន្តការជាយុទ្ធសាស្ត្រសំខាន់សម្រាប់ជំរុញ ពង្រឹង និងលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍៖

- ចាំបាច់ត្រូវកែសម្រួលរចនាសម្ព័ន្ធដឹកនាំ និងកែសម្រួលរចនាសម្ព័ន្ធនេះឲ្យបានរឹងមាំ
- គ្រប់មូលដ្ឋានសេវាកម្ម អាជីវកម្មទេសចរណ៍ទាំងអស់ចាំបាច់ត្រូវមានអាជ្ញាបណ្ណប្រកបអាជីវកម្ម។
- ជំរុញឲ្យគ្រប់សណ្ឋាគារត្រូវមានចំណាត់ថ្នាក់ ដោយកែសម្រួល និងបំពេញបន្ថែមនូវមន្ត្រីក្រុមការងារ គ.វ.ជ ឲ្យបានសមស្រប។
- ជំរុញការគ្រប់គ្រង និងចលនាប្រលងប្រណាំង រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ និងភោជនីយដ្ឋាន ដោយត្រូវមានកម្មវិធី និងផែនការច្បាស់លាស់។
- ធ្វើការបូកសរុបលទ្ធផលចលនាប្រលងប្រណាំង រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ ជារៀងរាល់ត្រីមាស។
- ដើម្បីជាដៃគូ និងដើម្បីពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្ម ការបង្កើតសមាគមទេសចរណ៍ថ្មីៗ និងពង្រឹងសមាគមឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ដែលមានរួចហើយ គឺជាការចាំបាច់។
- បន្តអនុវត្តតាមស្មារតីនៃច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។

ង. ការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរ និងការតភ្ជាប់ក្នុងតំបន់

* <u>ការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាស ផ្លូវទឹក ផ្លូវគោក</u>

- ជំរុញការតភ្ជាប់ផ្លូវអាកាសក្នុងតំបន់អាស៊ាន អាស៊ានបូកបី អាស៊ានឥណ្ឌា អឺរ៉ុប អាក់ប់ពិសេសការតភ្ជាប់ពីគោលដៅទេសចរណ៍មួយទៅគោលដៅទេសចរណ៍មួយតំបន់ ហើយក្នុងរយៈពេលខ្លីចំពោះមុខ ត្រូវជំរុញឲ្យមានការតភ្ជាប់ការហោះហើរពីប៉ាតាយ៉ាប្រទេសថៃ នឹងពីប្រទេសជិតខាងមកកាន់ខេត្តព្រះសីហនុ។
- ជំរុញឲ្យមានការហោះហើរត្រង់ពីឥណ្ឌូនេស៊ី ជប៉ុន និងរុស្ស៊ី មកកាន់កម្ពុជា។
- បន្តសហការជំរុញឲ្យមានការហោះហើរពីទីផ្សារសំខាន់ពីអឺរ៉ុប មកកាន់សៀមរាប និងភ្នំពេញទោះបីជាលក្ខណៈ Charter Flight ត្រូវខិតខំសហការជាមួយក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធដើម្បីសម្រួលបែបបទឲ្យបានឆាប់ និងងាយស្រួល (ដូចករណីដែលបានអនុវត្តកន្លងមកជាមួយការមកដល់នៃយន្តហោះធុនធំបែប Charter Flight មកពីប្រទេសអេស្ប៉ាញ) ។
- ជំរុញឲ្យក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ជាតិ ពង្រីកការហោះហើរក្នុងស្រុក និងទៅក្រៅប្រទេស។
- ពង្រឹងយន្តការគណៈកម្មការអន្តរក្រសួងដើម្បីសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរ និងអ្នកដំណើរនៅតំបន់ច្រកទ្វារព្រំដែនអន្តរជាតិប៉ោយប៉ែត និងច្រកទ្វារព្រំដែនអន្តរជាតិផ្សេងៗទៀត ពិសេសយកចិត្តទុកដាក់ការជំរុញយន្តការច្រកចេញចូលតែមួយ នៅច្រកទ្វារអន្តរជាតិពីរ ជាមួយឡាវ (ច្រកត្រពាំងគ្រៀល) និងជាមួយថៃ (ច្រកប៉ោយប៉ែត)។

- ជំរុញកិច្ចសហការផ្នែកនាវាទេសចរណ៍សមុទ្រ និងនាវាទេសចរណ៍ទន្លេ ដោយបង្កើតឲ្យមានផែទេសចរណ៍កម្រិតតូច និងមធ្យមនៅខេត្តទាំង៤តំបន់ឆ្នេរ និងតាមដងទន្លេ។ សហការគិតគូការសម្រួលបែបបទតាមនាវា (Cruise Ship) ឲ្យកាន់តែស្រួល និងសាមញ្ញ។
- ពង្រឹងលេខាធិការដ្ឋាននៃគណៈកម្មការអន្តរក្រសួងដើម្បីក្តាប់ទទួលព័ត៌មាន និងជំរុញការសំរបសំរួលឲ្យបានរហ័ស ពង្រឹងរបៀបរៀបរយ សណ្តាប់ធ្នាប់ដឹកជញ្ជូនអនាម័យសាធារណៈនៅគ្រប់ច្រកទ្វារអន្តរជាតិឲ្យបានល្អប្រសើរ។
- សហការជាមួយផ្នែកជំនាញ និងយកចិត្តទុកដាក់ដល់ការជំរុញការបណ្តុះបណ្តាល និងវិក្រឹត្យការមន្ត្រី និងសមត្ថកិច្ចច្រកទ្វារលើផ្នែកបដិសណ្ឋារកិច្ចឲ្យបានល្អ និងជាប្រចាំ។

អំពីទិដ្ឋាការ

- បន្តសហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធដើម្បីសិក្សាអំពីការលើកលែងទិដ្ឋាការសម្រាប់ទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗមួយចំនួន ដើម្បីដាក់ជូនរាជរដ្ឋាភិបាលពិនិត្យ និងសម្រេច។
- បន្តសហការជាមួយក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីជំរុញការអនុវត្តគោលនយោបាយទិដ្ឋាការទោល (Single Visa) ជាមួយប្រទេសក្នុងតំបន់អាស៊ាន។ ចំពោះមុខ ខិតខំជំរុញការអនុវត្តទិដ្ឋាការទោលក្នុងក្របខណ្ឌ ACMEC ជាមួយប្រទេសថៃជាមុន។
- បន្តសហការជាមួយក្រសួងការបរទេស និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធដើម្បីផ្សព្វផ្សាយអំពីការផ្តល់ទិដ្ឋាការនៅពេលមកដល់ (Visa-on-Arrival) និងទិដ្ឋាការតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិច (e-Visa) ឲ្យទេសចរបានជ្រួតជ្រាប និងកាន់តែទូលំទូលាយ។

ច. សុវត្ថិភាពភ្ញៀវទេសចរ

. សហការជាមួយក្រសួងមហាផ្ទៃ (អគ្គស្នងការនគរបាលជាតិ/នគរបាលទេសចរណ៍) ក្រសួងសុខាភិបាល និងក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីរៀបចំផែនការជាតិធានាសុវត្ថិភាពភ្ញៀវទេសចរ(Healthy Tourism) ដោយរៀបចំឲ្យមានក្រុមសង្គ្រោះបន្ទាន់នៅគ្រប់គោលដៅទេសចរណ៍។

. សហការជាមួយអគ្គស្នងការនគរបាលជាតិ ដើម្បីពង្រឹងសមត្ថភាពនគរបាលទេសចរណ៍ឲ្យមានសមត្ថភាព មធ្យោបាយ និងសំភារៈគ្រប់គ្រាន់នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នានា។

. បញ្ចប់ការរៀបចំសេចក្តីប្រកាសរួមស្តីពីការគ្រប់គ្រងមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនអ្នកដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរ។

. សហការជាមួយ ក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រង ដើម្បីរៀបចំបែបបទដោះស្រាយ និងការជួយសង្គ្រោះដល់ទេសចរពេលជួបគ្រោះថ្នាក់ផ្សេងៗ។

. សហការជាមួយអគ្គស្នងការនគរបាលជាតិ ដើម្បីជំរុញអនុវត្តការបង្កើតសន្តិសុខឯកជននៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍ និងគោលដៅទេសចរណ៍នានា។

. ជំរុញការបណ្តុះបណ្តាលឆ្នាំសមុទ្រ និងឆ្នាំតាមមេឈើយដ្ឋាន និងគោលដៅទេសចរណ៍នានា។ រៀបចំឲ្យមានការសព្ភោះនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នៅពេលមានគ្រោះថ្នាក់ធម្មជាតិ។

ឆ. ការសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយ

- បន្តជំរុញឲ្យកាន់តែខ្លាំងក្លានូវយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ **កម្ពុជា: ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ** និង **ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា: ភាពរះនាឱសនីរតី** តាមគ្រប់រូបភាព និងគ្រប់មធ្យោបាយ។
- បន្តការផ្សព្វផ្សាយតាមបណ្តាញទូរទស្សន៍អន្តរជាតិ CNN និងសិក្សារកដៃគូថ្មីជាមួយបណ្តាញទូរទស្សន៍អន្តរជាតិបន្ថែមទៀត ពិសេសនៅតាមទីផ្សារសំខាន់ៗ ដូចជា BBC, CCTV, KBS, Star TV,...។ល។
- បន្តយកចិត្តទុកដាក់ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយឲ្យកាន់តែខ្លាំងក្លានៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិ ពិសេសទីផ្សារក្នុងតំបន់អាស៊ី-ប៉ាស៊ីហ្វិក (អាស៊ាន អាស៊ានបូកបី (ចិនជាពិសេស) ឥណ្ឌា និងទីផ្សារដែលទើបរះឡើងថ្មីដូចជាទីផ្សាររុស្ស៊ី និងអារ៉ាប់) ។ បន្តយកចិត្តទុកដាក់ការផ្សព្វផ្សាយក្នុងទីផ្សារសំខាន់ៗនៅអឺរ៉ុប និងអាមេរិក។
- ដោយថវិការបស់យើងនៅមានកម្រិត ត្រូវជំរុញកិច្ចសហការឲ្យបានខ្លាំងក្លាជាមួយផ្នែកឯកជនក្នុងការទៅចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍នានានៅទីផ្សារអន្តរជាតិក៏ដូចជានៅក្នុងស្រុក ព្រមទាំងខិតខំរៀបចំទទួល Fam Trip ពីទីផ្សារសំខាន់ៗឲ្យបានច្រើន។
- យកចិត្តទុកដាក់ជំរុញបង្កើតក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ (ស្របតាមស្មារតីនៃច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍)។
- បង្កើនការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទំនើបក្នុងការពង្រឹងគុណភាពទេសចរណ៍ ដូចជា:
  - សហការរៀបចំប្រព័ន្ធ Mobile Application សំរាប់រៀបចំ Mapping ផលិតផលទេសចរណ៍តាមគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាព។
  - ពង្រឹង និងពង្រីកគេហទំព័រផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា "www.tourism cambodia.org" ឲ្យបានច្រើនភាសាថែមទៀត ពិសេសភាសាចិន និងទីផ្សារសំខាន់ៗដែលត្រូវចាប់យកដូចជាទីផ្សាររុស្ស៊ី...។
- បន្តជំរុញការផលិតបទចម្រៀង និងស្ប៉តទេសចរណ៍ថ្មីៗ (ទាំងភាសាជាតិ និងអន្តរជាតិ) បន្ថែមទៀត ដើម្បីបង្ហាញពីគោលដៅអេកូទេសចរណ៍ថ្មីនៅភូមិភាគឦសាន និងសហគមន៍នានា។
- ជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ដោយធ្វើការផលិតឯកសារទេសចរណ៍ (ស្ប៉ត ចំរៀង សៀវភៅ បណ្ណផ្ទត់ ទស្សនាវដ្តី ...) ជាភាសាជាតិ។
- បន្តយកចិត្តទុកដាក់ពង្រឹង និងគ្រប់គ្រងមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ ដោយរៀបចំផ្គត់ផ្គង់ឲ្យមានសំភារៈ មធ្យោបាយ និងមន្ត្រីជំនាញឲ្យបានគ្រប់គ្រាន់។
- ពង្រឹង និងបង្កើតថ្មីបន្ថែមទៀតនូវស្ថាប័នតំណាងទេសចរណ៍នៅទីផ្សារសំខាន់ៗ។
- ជំរុញបញ្ចប់ការកសាងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជា ២០១២-២០២០ និងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារទេសចរណ៍ដោយឡែកនៅតាមទីផ្សារអន្តរជាតិធំៗ (ពិសេសទីផ្សារចិន) និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក។
- សិក្សាដើម្បីពង្រីករចនាសម្ព័ន្ធការងារទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយឲ្យបានសមស្រប។

៥. អំពីការពង្រឹងច្បាប់ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តិនានា

ជាការពិតធនធានមនុស្ស ពិសេសផ្នែកជំនាញ គឺជាកត្តាគន្លឹះពុំអាចខ្វះបានក្នុងការលើកកម្ពស់គុណភាពសេវាកម្ម ប៉ុន្តែការពង្រឹងការគ្រប់គ្រងដោយច្បាប់ក៏ជាបញ្ហាសំខាន់ជាមូលដ្ឋាន។ ដូច្នេះត្រូវជំរុញការកសាងច្បាប់ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តឲ្យបានគ្រប់គ្រាន់ តាមស្មារតីនៃច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ ព្រមជាមួយនឹងការបង្កើតបទដ្ឋានគតិយុត្តដើម្បីគ្រប់គ្រងសេវាកម្មទេសចរណ៍ និងទ្រទ្រង់ដល់គោលនយោបាយទេសចរណ៍ជាតិ។ នៅឆ្នាំ ២០១២-២០១៣ ត្រូវធ្វើឲ្យបាននូវឯកសារជាមូលដ្ឋានគតិយុត្តិមួយចំនួនដូចជា៖

- ព្រះរាជក្រឹត្យស្តីពីការផ្តល់រង្វាន់នូវបុគ្គលគំរូ និងសហគ្រាសគំរូ
- ព្រះរាជក្រឹត្យស្តីពីការបង្កើតសហគមន៍ទេសចរណ៍ និងអនុក្រឹត្យស្តីពីការគ្រប់គ្រងសហគមន៍ទេសចរណ៍
- អនុក្រឹត្យស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍
- អនុក្រឹត្យស្តីពីគ្រប់គ្រងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍
- អនុក្រឹត្យស្តីពីការគ្រប់គ្រងការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍
- អនុក្រឹត្យស្តីពីការគ្រប់គ្រងមណ្ឌលកំសាន្តទេសចរណ៍សម្រាប់មនុស្សពេញវ័យ
- ប្រកាសផ្សេងៗសំរាប់អនុវត្តច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តិនានាដែលបានអនុម័តចង្អុល និងតម្រង់ដោយច្បាប់
- ប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីការគ្រប់គ្រងមគ្គុទ្ទេសក៍ដឹកជញ្ជូនអ្នកដំណើរ និងទេសចរ
- បន្តពង្រឹងការអនុវត្តសេចក្តីសំរេចរាជរដ្ឋាភិបាលស្តីពីការបង្កើតក្រុមឆ្នាំសមុទ្រកម្ពុជា និងប្រកាសស្តីពីការគ្រប់គ្រងការបណ្តុះបណ្តាលឆ្នាំសមុទ្រកម្ពុជា។

+ ប្រកាសដែលត្រូវរៀបចំ និងកែសម្រួល

- ជំរុញបញ្ចប់ឲ្យបានរហ័សនូវប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីការគ្រប់គ្រងមគ្គុទ្ទេសក៍ដឹកជញ្ជូនអ្នកដំណើរ និងទេសចរណ៍។
- រៀបចំប្រកាសស្តីពីការពង្រឹងសមាគមឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍កម្ពុជា។
- កែសម្រួលប្រកាសស្តីពីការគ្រប់គ្រង និងផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណសម្រាប់អាជីវកម្មឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍នានា ជាអាទិ៍ សេវាកម្មភោជនីយដ្ឋាន ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ និងការីទេសចរណ៍។ល។

+ <u>កំណត់សំគាល់:</u>

- គ្រប់បទដ្ឋានគតិយុត្តទាំងអស់ត្រូវឆ្លើយតបទៅនឹងនយោបាយវិមជ្ឈការ និងវិសហមជ្ឈការរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល។
- ផ្អែកលើបទដ្ឋានគតិយុត្តទាំងឡាយ ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ អបរំ និងណែនាំដល់ម្ចាស់អាជីវកម្ម និងសេវាកម្មទាំងអស់ ឲ្យមកដាក់ពាក្យសុំអាជ្ញាបណ្ណប្រកបអាជីវកម្មពីក្រសួង ទេសចរណ៍ ឬរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ។
- បទដ្ឋានគតិយុត្តទាំងឡាយត្រូវកំណត់ឲ្យបានអំពីសមត្ថភាពជំនាញរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង និងសមាមាត្រនៃសមត្ថភាពជំនាញរបស់បុគ្គលិកបំរើការ និងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យចាំបាច់មួយចំនួនទៀត។

+ ផ្អែកលើការបណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្ស និងការកសាងបទដ្ឋានគតិយុត្តត្រូវជំរុញឲ្យបានកាន់តែខ្លាំងក្លានូវចលនាប្រឡងប្រណាំង "ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ" ដែលនេះគឺជាយុទ្ធនាការយ៉ាងសំខាន់ជាយុទ្ធសាស្ត្រ សំដៅពង្រឹងគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ ក្នុងនោះ៖

. ជំរុញឲ្យគ្រប់ទីក្រុង ទីប្រជុំជន និងរមណីយដ្ឋាន និងគោលដៅទេសចរណ៍ទាំងអស់ គ្មានសំរាម និងគ្មានថង់ប្លាស្ទិកហើរតាមខ្យល់ ឲ្យបានមុនឆ្នាំ២០១៥។

. គ្រប់ផលិតផលទេសចរណ៍ (រាប់ទាំងសហគមន៍ រមណីយដ្ឋាន និងគ្រប់សេវាកម្មទេសចរណ៍) ត្រូវខិតខំអភិវឌ្ឍប្រកបដោយគុណភាព និងនិរន្តរភាព ដោយត្រូវចូលរួមក្នុងចលនា (Clean and Green) ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍បៃតង រួមចំណែកដល់ការកាត់បន្ថយប្រភពនៃការកើនឡើងកំដៅ ការបង្កើតការងារ និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងការកាត់បន្ថយចំណាកស្រុក តាមរយៈការរៀបចំរង្វាន់ឬឡាបែលទទួលស្គាល់ដល់បុគ្គល គំរូសហគ្រាសគំរូ ប្រតិបត្តិករណ៍គំរូដែលគោរពតាមគោលការណ៍ "CSR"។

+ ការបង្កើត និងពង្រឹងសមាគមឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

. អនុវត្តតាមស្មារតីនៃច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍មាត្រា១៩ គ្រប់សមាគមឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ចាំបាច់ត្រូវពង្រឹងឡើងវិញ ដើម្បីធានានូវទំនាក់ទំនងជាមួយសមាគមទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍អាស៊ាន (ASEANTA)ឲ្យមានប្រសិទ្ធភាព ក្នុងនោះយកចិត្តទុកដាក់ណែនាំ និងជួយដល់សមាគមទេសចរណ៍ទាំងអស់ដែលបានបង្កើតរួចហើយ ឲ្យមានលក្ខន្តិកៈ បទបញ្ជាផ្ទៃក្នុង ក្រមប្រតិបត្តិ ឲ្យបានត្រឹមត្រូវ ស្របតាមលក្ខណៈជាតិនិងអន្តរជាតិ ព្រមទាំងជំរុញឲ្យមានការបង្កើតសមាគមឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ថ្មី ដូចជា សមាគមផ្ទះសំណាក់ សមាគមសេវាកំសាន្ត សហគមន៍ផលិត និងសមាគមលក់ផ្លូវវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ។ល។

. សហការយកចិត្តទុកដាក់ពិនិត្យឡើងវិញដើម្បីពង្រឹងសមាគមដឹកជញ្ជូនអ្នកដំណើរ និងទេសចរណ៍។

ឈ. ការកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានក្នុងវិស័យទេសចរណ៍

+ កាត់បន្ថយភាពផ្ទុះផ្លាយសេដ្ឋកិច្ចក្នុងវិស័យទេសចរណ៍

. ជំរុញ និងលើកទឹកចិត្តសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ (ពិសេសលើកទឹកចិត្តឱ្យមានសហគមន៍ដាំបន្លែ (ដោយមិនប្រើជាតិគីមី) ចិញ្ចឹមសត្វ និងសិប្បកម្មនានា ដែលបំរើឱ្យសេចក្តីត្រូវការភ្ញៀវទេសចរ)។

. សហការជាមួយគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុក្នុងការរៀបចំ និងផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានបែប

លើកទឹកចិត្តដល់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ (ពិសេស SMEs ដែលធ្វើអាជីវកម្មទ្រទ្រង់ឲ្យវិស័យទេសចរណ៍)។

. ជំរុញលើកទឹកចិត្តដល់ការបង្កើតសហគមន៍ទេសចរណ៍/ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ។

. ជំរុញឲ្យមានការរៀបចំមគ្គុទេសក៍ណែនាំអំពីការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាពសំរាប់សហគ្រាស ឬប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ណាដែលគោរពតាមគោលការណ៍និរន្តរភាព។

. រៀបចំការសិក្សាពីវដ្តនៃតំលៃក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដើម្បីកំណត់ដាក់ចេញនូវផែនការយុទ្ធសាស្ត្រច្បាស់លាស់ក្នុងការជំរុញការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រតាមរយៈវិស័យទេស-ចរណ៍ សំដៅកាត់បន្ថយភាពផ្ទុះធ្លាយសេដ្ឋកិច្ច ។

+ **បន្តការទប់ស្កាត់រាល់ផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមាននៃវិស័យទេសចរណ៍លើសង្គម**

. បន្តពង្រឹងគណៈកម្មាធិការសុវត្ថិភាពកុមារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងបន្តជំរុញផែនការបញ្ច្រាបយេនឌ័រ។

. រៀបចំបទដ្ឋានគតិយុត្តគ្រប់គ្រងមណ្ឌលកំសាន្តមនុស្សពេញវ័យ ដើម្បីគ្រប់គ្រងលើសេវាកំសាន្ត និងមណ្ឌលកំសាន្តនានា ដើម្បីធានាថាពុំមានសេវាកំសាន្តណាមួយដែលប្រព្រឹត្តអំពើអនាចារ ពាលាអាវាសែ ការជួញដូរ និងប្រើប្រាស់គ្រឿងញៀន...។

ញ. ការងារមន្ត្រីរាជការ និងរចនាសម្ព័ន្ធ

- បន្តអនុវត្តគោលការណ៍របស់រាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងការធ្វើប្រតិភូកម្មជូនដល់ស្រុក ក្រុង គោលដៅ និងខណ្ឌនានា ក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ។
- ផ្សព្វផ្សាយឯកសារពិគ្រោះយោបល់របស់អង្គសិក្ខាសាលា ស្តីពីការពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពការងារ ការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សក្នុងរដ្ឋបាលសាធារណៈ និងឯកសារណែនាំមួយចំនួនរបស់ក្រុមប្រឹក្សាកំណែទម្រង់រដ្ឋបាល ស្តីពីការងារមន្ត្រីរាជការ។
- ធ្វើការកែសម្រួល និងបង្កើតថ្មីរចនាសម្ព័ន្ធចាំចាច់មួយចំនួននៅថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់ក្រោមជាតិ ដើម្បីឆ្លើយតបតាមសំណូមពរចាំបាច់ក្នុងកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ ស្របតាមសភាពការណ៍ថ្មី។
- រៀបចំពង្រឹងក្បាលម៉ាស៊ីនដឹកនាំ និងរៀបចំមន្ត្រីបំពេញប្រអប់ដែលនៅទំនេរ លើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាពការងារ និងការទទួលខុសត្រូវរបស់មន្ត្រីរាជការ។
- រៀបចំប្រព័ន្ធលាភការរបស់មន្ត្រីរាជការតាមគោលការណ៍របស់ក្រុមប្រឹក្សាកំណែទម្រង់រដ្ឋបាល។

ត. ការងារហិរញ្ញវត្ថុ

- បន្តជំរុញការរៀបចំប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីការប្រមូលចំណូលលើការផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍នៅឆមាសទី២ ឆ្នាំ២០១២ នេះ ដើម្បីជាមូលដ្ឋានសម្រាប់អនុវត្តការប្រមូលចំណូល និងបង្កើនចំណូលបន្ថែមទៀតចូលថវិការដ្ឋ។
- ត្រៀមខ្លួនជាស្រេចដើម្បីចូលរួមជាមួយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ក្នុងសកម្មភាពប្រើប្រាស់

ប្រព័ន្ធព័ត៌មានវិទ្យាគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ (FMIS) និងចូលរួមអនុវត្តថវិកាតាមកម្មវិធីនៅក្រសួងទេសចរណ៍នាពេលខាងមុខ។

- លើកគម្រោងថវិកា និងរកថវិកាដើម្បីសាងសង់អាគារធ្វើការរបស់គណៈកម្មាធិការជាតិគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រ និងរៀបចំសម្រួលការិយាល័យប្រតិបត្តិការរបស់គណៈកម្មាធិការវាយតម្លៃទីក្រុងស្អាត និងលេខាធិការដ្ឋាននៃគណៈកម្មាធិការជាតិអ្នកជំនាញទេសចរណ៍។

យើងនៅមានកិច្ចការជាច្រើនដែលត្រូវបំពេញ ដើម្បីសម្រេចទិសដៅ និងផែនការដែលបានគ្រោងទុក។ យើងជឿជាក់ថា ក្រោមការដឹកនាំដ៏ត្រឹមត្រូវ និងឈ្លាសវៃប្រកបដោយគតិបណ្ឌិតរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ដែលមាន **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន ជានាយករដ្ឋមន្ត្រី** ប្រទេសជាតិពិតជានឹងបន្តទទួលបានសុខសន្តិភាព ស្ថិរភាពពេញលេញ ហើយសេដ្ឋកិច្ចជាតិ និងសង្គម ពិតជានឹងបន្តអភិវឌ្ឍន៍ឈានឡើងឥតឈប់ឈរ ក្នុងនោះវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាដែលជា**មាសបៃតង** ក៏ពិតជានឹងមានការអភិវឌ្ឍឈានឡើងប្រកបដោយគុណភាព ប្រសិទ្ធភាព និងនិរន្តរភាព រួមចំណែកយ៉ាងធំធេងក្នុងការអភិវឌ្ឍ**សេដ្ឋកិច្ចបៃតង** និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាពលរដ្ឋ។

អ្វីៗដែលជាផលប្រយោជន៍បានមកពីវិស័យទេសចរណ៍ ពិតជាបានសម្រាប់យើងបច្ចុប្បន្ន និងកូនចៅរបស់យើងទៅអនាគត។

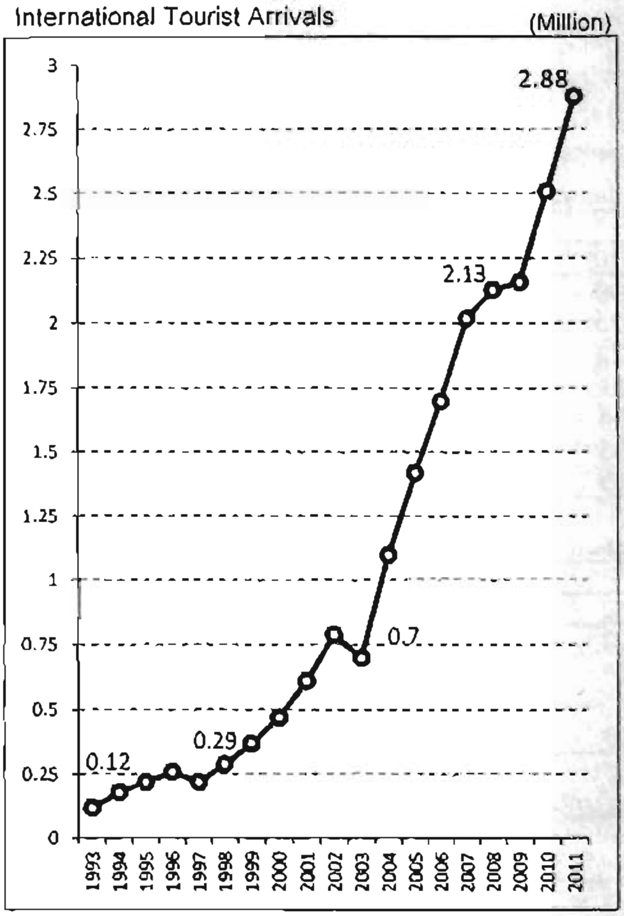
ឧបសម្ព័ន្ធទី១

Tourism Highlights

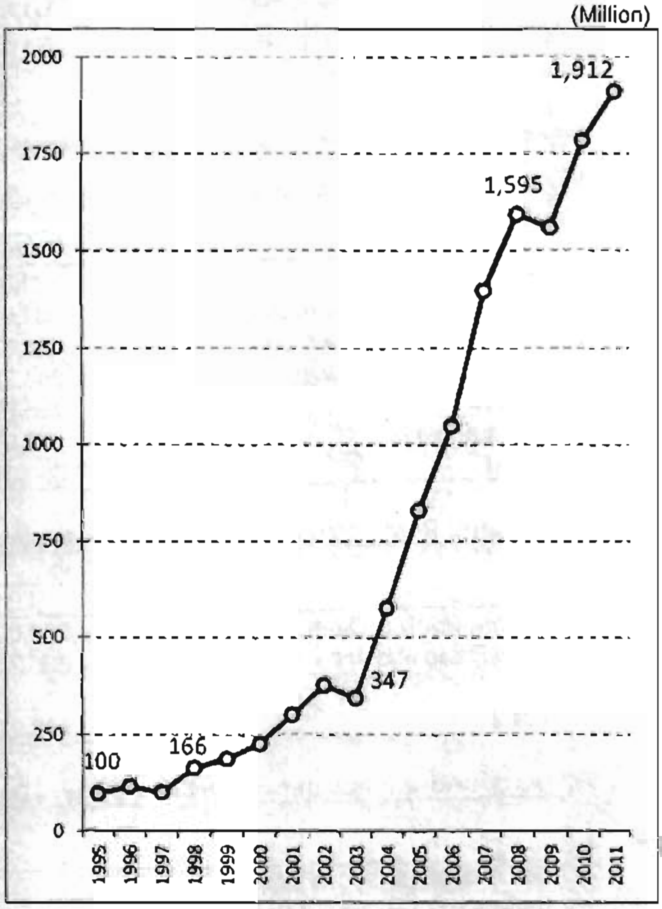
International Tourist Arrivals, Average Length of Stay, Hotels Occupancy & Tourism Receipts 1993 - 2011

Years	Int'l Tourist Arrivals		Average Length of Stay (Days)	Hotels Occupancy (%)	Tourism Receipts (Million US$)
	Number	Change (%)			
1993	118,183	-	N/A	N/A	N/A
1994	176,617	49.4%	N/A	N/A	N/A
1995	219,680	24.4%	8.00	37.00	100
1996	260,489	18.6%	7.50	40.00	118
1997	218,843	-16.0%	6.40	30.00	103
1998	286,524	30.9%	5.20	40.00	166
1999	367,743	28.3%	5.50	44.00	190
2000	466,365	26.8%	5.50	45.00	228
2001	604,919	29.7%	5.50	48.00	304
2002	786,524	30.0%	5.80	50.00	379
2003	701,014	-10.9%	5.50	50.00	347
2004	1,055,202	50.5%	6.30	52.00	578
2005	1,421,615	34.7%	6.30	52.00	832
2006	1,700,041	19.6%	6.50	54.79	1,049
2007	2,015,128	18.5%	6.50	54.79	1,400
2008	2,125,465	5.5%	6.65	62.68	1,595
2009	2,161,577	1.7%	6.45	63.57	1,561
2010	2,508,289	16.0%	6.45	65.74	1,786
2011	2,881,862	14.9%	6.50	66.15	1,912

Cambodia: Inbound Tourism
International Tourist Arrivals



Cambodia: Tourism Receipts

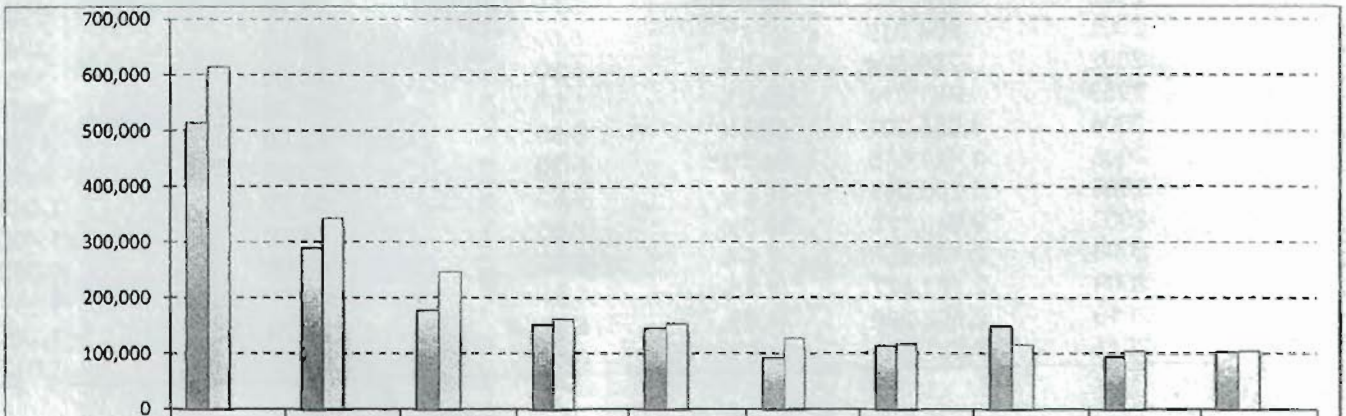


I. International tourist arrivals to Cambodia in January - December was: 2,881,862

II. Mode of arrivals

	visitors	share (%)
Air	**1,480,407**	**51.4**
Phnom Penh Int'l Airport	645,235	22.4
Siem Reap Int'l Airport	835,172	29.0
Land and Water ways	**1,401,455**	**48.6**
Land	1,320,311	45.8
Water ways	81,144	2.8
Total	**2,881,862**	**100.0**

III. Top ten markets arrivals in January - December 2011



	Vietnam	Korea (ROK)	China (RPC)	Japan	U.S.A	Lao PDR	France	Thailand	Australia	U.K
2010	514,289	289,702	177,636	151,795	146,005	92,276	113,285	149,108	93,598	103,067
2011	614,090	342,810	247,197	161,804	153,953	128,525	117,408	116,758	105,010	104,052
share (%)	21.3%	11.9%	8.6%	5.6%	5.3%	4.5%	4.1%	4.1%	3.6%	3.6%
change (%)	19.4%	18.3%	39.2%	6.6%	5.4%	39.3%	3.6%	-21.7%	12.2%	1.0%

IV. International tourist arrivals to Cambodia in January - December 2011

	Inbound		share (%)		change (%)
	2010	2011	2010	2011	2011*/10
Air	**1,304,300**	**1,480,407**	**52.0**	**51.4**	**13.5**
Phnom Penh Int'l Airport	591,628	645,235	23.6	22.4	9.1
Siem Reap Int'l Airport	712,672	835,172	28.4	29.0	17.2
Land and Water ways	**1,203,989**	**1,401,455**	**48.0**	**48.6**	**16.4**
Land	1,125,974	1,320,311	44.9	45.8	17.3
Water ways	78,015	81,144	3.1	2.8	4.0
Total	**2,508,289**	**2,881,862**	**100.0**	**100.0**	**14.9**

V. Remark: Percentage share of international tourist arrivals at destinations in January - December 2011

	Arrivals		share (%)		change (%)
	2010	2011	2010	2011	2011*/10
Phnom Penh & Other Destinations	1,203,033	1,271,786	48.0	44.1	5.7
Siem Reap Province	1,305,256	1,610,076	52.0	55.9	23.4
Total	**2,508,289**	**2,881,862**	**100.0**	**100.0**	**14.9**

VI. Outbound tourists departures in January - December 2011

	Outbound		change (%)
	2010	2011	2011*/10
Cambodian outbound tourists	504,990	709,616	40.5
International outbound tourists	2,354,832	2,847,309	20.9

International Tourist Arrivals to Cambodia by Country of Residence in January - December 2011

(by all mean of transportations)

Regions / Country of Residence	2010	2011 Purpose of Visit: Holiday	Business	Other	Total	Female	share (%) 2011*	change (%) 2011*/10
GRAND TOTAL	**2,508,289**	**2,706,743**	**143,385**	**31,734**	**2,881,862**	**1,303,117**	**100.0**	14.9
Asia and the Pacific	**1,807,398**	**1,975,951**	**114,055**	**16,595**	**2,106,601**	**976,944**	73.1	16.6
ASEAN	**962,570**	**1,060,394**	**33,054**	**7,663**	**1,101,111**	**504,656**	**38.2**	14.4
Brunei Darussalam	460	360	17	104	481	203	0.0	4.6
Indonesia	12,636	12,378	2,887	552	15,817	6,046	0.5	25.2
Lao PDR	92,276	127,772	135	618	128,525	87,976	4.5	39.3
Malaysia	89,952	96,554	6,100	275	102,929	36,803	3.6	14.4
Myanmar	2,614	3,589	466	144	4,199	1,755	0.1	60.6
Philippines	56,156	64,269	5,359	1,090	70,718	42,740	2.5	25.9
Singapore	45,079	45,378	2,008	208	47,594	18,226	1.7	5.6
Thailand	149,108	105,671	9,325	1,762	116,758	41,738	4.1	-21.7
Vietnam	514,289	604,423	6,757	2,910	614,090	269,169	21.3	19.4
Eastern Asia	**715,045**	**778,361**	**71,581**	**5,755**	**855,697**	**411,173**	**29.7**	19.7
China (RPC)	177,636	203,399	42,100	1,698	247,197	113,482	8.6	39.2
Hong Kong SAR	4,378	4,986	271	9	5,266	2,450	0.2	20.3
Japan	151,795	153,682	6,051	2,071	161,804	76,766	5.6	6.6
Korea (ROK)	289,702	327,294	13,608	1,908	342,810	173,146	11.9	18.3
Mongolia	305	207	13	37	257	131	0.0	-15.7
Taiwan, China	91,229	88,793	9,538	32	98,363	45,198	3.4	7.8
Southern Asia	**18,584**	**15,913**	**3,268**	**935**	**20,116**	**5,300**	0.7	8.2
Afghanistan	180	77	8	28	113	18	0.0	-37.2
Bangladesh	1,658	975	215	126	1,316	142	0.0	-20.6
Bhutan		48	7	26	81	26	0.0	
India	13,542	12,601	2,188	451	15,240	4,397	0.5	12.5
Nepal	1,081	826	218	112	1,156	257	0.0	6.9
Pakistan	1,092	622	392	99	1,113	212	0.0	1 9
Srilanka	1,031	764	240	93	1,097	248	0.0	6 4
Western Asia	**0**	**1,785**	**144**	**16**	**1,945**	**1,089**	**0.1**	
Kazakhstan		1,097	115	12	1,224	578	0.0	
Uzbekistan		688	29	4	721	511	0.0	
Oceania	107,306	113,724	5,860	2,018	121,602	53,307	4.2	13.3
Australia	93,598	98,254	4,963	1,793	105,010	46,592	3.6	12.2
Fiji		79	26	12	117	39	0.0	
New Zealand	13,708	15,391	871	213	16,475	6,676	0.6	20.2
Other Asia & the Pacific	3,893	5,774	148	208	6,130	1,419	0.2	57.5
Europe	**489,400**	**515,600**	**18,591**	**8,672**	**542,863**	**228,053**	18.8	10.9
Northern Europe	**145,767**	**143,372**	**6,098**	**2,130**	**151,600**	**58,327**	5.3	4.0
Denmark	7,810	8,903	326	123	9,352	3,816	0.3	19.7
Finland	5,244	5,996	229	185	6,410	2,431	0.2	22.2
Iceland	229	342	10	3	355	121	0.0	55.0
Ireland	8,567	8,142	282	117	8,541	3,420	0.3	-0.3
Norway	7,774	7,714	304	110	8,128	3,297	0.3	4.6
Sweden	13,076	14,061	491	210	14,762	5,688	0.5	12.9
United Kingdom	103,067	98,214	4,456	1,382	104,052	39,554	3.6	1.0
Western Europe	**238,812**	**226,787**	**9,985**	**5,239**	**242,011**	**98,261**	**8.4**	1.3
Austria	8,547	7,337	173	91	7,601	2,994	0.3	-11.1
Belgium	14,295	13,095	488	322	13,905	5,527	0.5	-2.7
France	113,285	107,957	6,383	3,068	117,408	49,485	4.1	3.6
Germany	62,864	60,597	1,651	1,150	63,398	24,630	2.2	0.8
Luxembourg	639	470	9	18	497	201	0.0	-22.2
Monaco		79	0	3	82	39	0.0	
Netherlands	23,537	21,667	685	373	22,725	8,882	0.8	-3.4
Switzerland	15,645	15,585	596	214	16,395	6,503	0.6	4.8
Eastern Europe	**54,401**	**90,073**	**1,151**	**369**	**91,593**	**48,210**	3.2	68.4
Bulgaria	445	442	11	17	470	226	0.0	5.6
Czech Republic	3,113	3,251	41	18	3,310	1,436	0.1	6.3
Estonia		911	24	19	954	379	0.0	
Hungary	2,740	2,510	58	17	2,585	1,194	0.1	-5.7
Lithuania		1,226	11	1	1,238	661	0.0	
Poland	8,712	9,036	54	61	9,151	4,633	0.3	5.0
Romania	1,171	1,055	19	7	1,081	568	0.0	-7.7
Russian Federation	34,170	66,791	781	175	67,747	36,577	2.4	98.3
Slovakia	1,286	1,205	29	35	1,269	522	0.0	-1.3
Ukraine	2,764	3,646	123	19	3,788	2,014	0.1	37.0

International Tourist Arrivals to Cambodia by Country of Residence in January - December 2011

(by all mean of transportations)

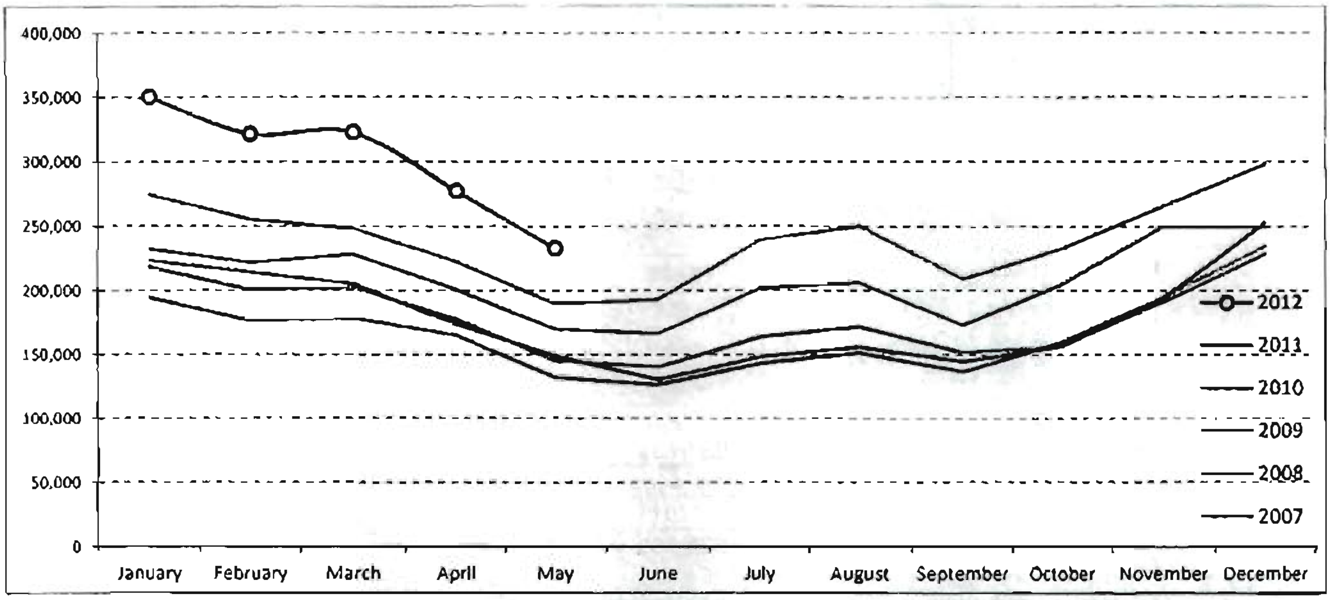
Regions / Country of Residence	2010	2011 Purpose of Visit: Holiday	Business	Other	Total	Female	share (%) 2011*	change (%) 2011*/10
GRAND TOTAL	2,508,289	2,706,743	143,385	31,734	2,881,862	1,303,117	100.0	14.9
Southern Europe	47,134	50,281	1,253	774	52,308	22,149	1.8	11.0
Croatia	470	496	25	11	532	209	0.0	13.2
Greece	1,395	1,120	35	13	1,168	441	0.0	-16.3
Italy	19,808	20,017	555	265	20,837	7,982	0.7	5.2
Portugal	2,554	2,991	56	34	3,081	1,479	0.1	20.6
Serbia		378	12	18	408	171	0.0	
Slovenia	692	841	22	11	874	374	0.0	26.3
Spain	19,163	21,513	337	273	22,123	10,444	0.8	15.4
Turkey	3,052	2,925	211	149	3,285	1,049	0.1	7.6
Other Europe	3,286	5,087	104	160	5,351	1,106	0.2	62.8
Americas	199,089	201,438	9,976	6,086	217,500	93,063	7.5	9.2
Argentina	2,212	5,139	37	47	5,223	2,636	0.2	136.1
Brazil	2,490	3,526	36	54	3,616	1,743	0.1	45.2
Canada	38,718	40,029	1,862	571	42,462	18,592	1.5	9.7
Chile	2,240	2,494	108	31	2,633	1,212	0.1	17.5
Colombia	1,060	1,993	41	26	2,060	1,015	0.1	94.3
Costa Rica		182	12	7	201	112	0.0	
Ecuador		160	18	6	184	94	0.0	
Mexico	3,157	3,393	62	31	3,486	1,685	0.1	10.4
Peru	468	451	13	19	483	218	0.0	3.2
United States	146,005	141,085	7,707	5,161	153,953	64,599	5.3	5.4
Uruguay	333	501	3	8	512	283	0.0	53.8
Other Americas	2,406	2,485	77	125	2,687	874	0.1	11.7
Africa	4,627	5,253	510	230	5,993	2,126	0.2	29.5
Cameroon	493	369	7	12	388	76	0.0	-21.3
Congo		150	1	6	157	35	0.0	
Ghana	503	375	20	20	415	55	0.0	-17.5
Kenya		225	11	47	283	131	0.0	
Liberia		332	3	0	335	66	0.0	
Nigeria	769	247	258	23	528	74	0.0	-31.3
Sudan	37	34	2	12	48	15	0.0	29.7
South Africa	2,459	2,988	189	39	3,216	1,336	0.1	30.8
Uganda		279	3	17	299	208	0.0	
Other Africa	366	254	16	54	324	130	0.0	-11.5
Middle East	7,775	8,501	253	151	8,905	2,931	0.3	14.5
Egypt	220	159	11	26	196	37	0.0	-10.9
Iran	518	676	16	4	696	107	0.0	34.4
Iraq		70	3	18	91	21	0.0	
Israel	6,186	6,401	202	41	6,644	2,595	0.2	7.4
Kuwait	543	529	0	1	530	13	0.0	-2.4
Oman		102	0	5	107	10	0.0	
Palestine		31	3	0	34	3	0.0	
Qatar		61	1	0	62	23	0.0	
Saudi Arabia	64	66	6	6	78	20	0.0	21.9
United Arab Emirates		150	0	5	155	17	0.0	
Yemen		84	6	8	98	13	0.0	
Other Middle East	244	172	5	37	214	72	0.0	-12.3

Remark:

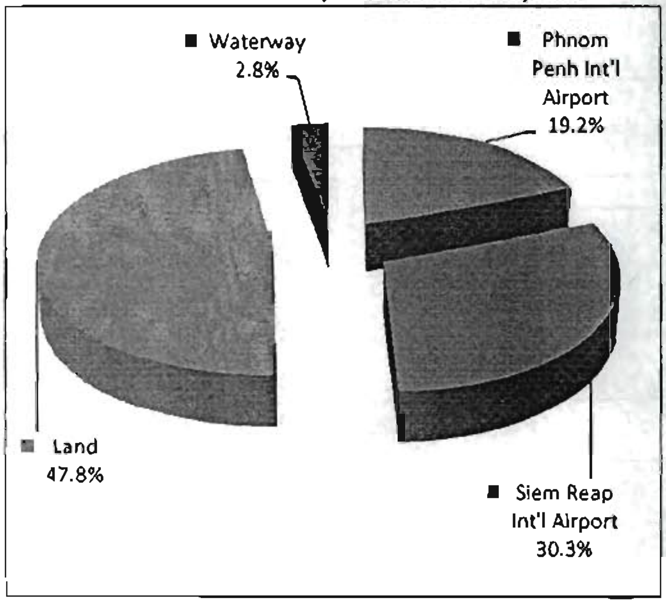
- Cambodian outbound tourist departures: 709,616
- International outbound tourist departures: 2,847,309

International tourist arrivals to Cambodia

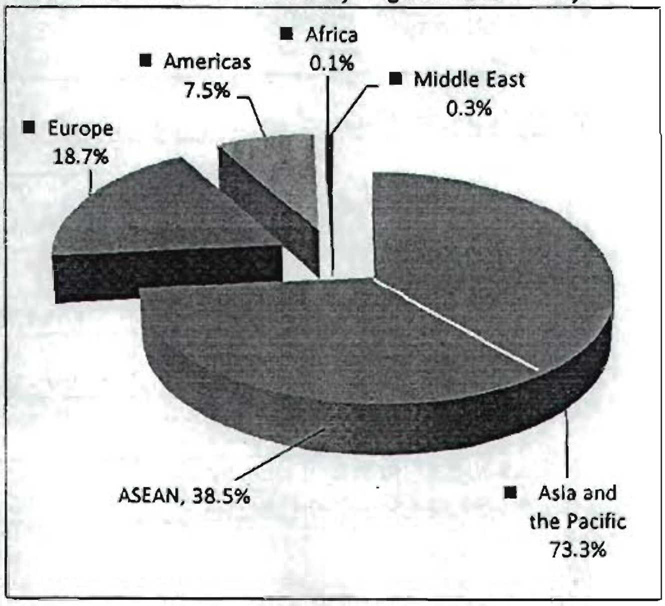
Destination	Months	2007	2008	2009	2010	2011	2012	change (%) 2012*/11
Cambodia	**Q1**	550,813	**644,205**	622,288	**683,692**	**778,467**	**995,210**	27.8
International tourist arrivals	January	194,932	223,581	218,691	232,590	274,471	350,257	27.6
by all means of	February	177,130	214,902	200,789	222,354	255,499	321,870	26.0
transportations	March	178,751	205,722	202,808	228,748	248,497	323,083	30.0
	Q2	**424,536**	**454,031**	**464,230**	**537,464**	**606,562**	**510,524**	
	April	165,347	173,903	177,955	200,965	223,032	277,304	24.3
	May	132,512	149,275	145,564	170,164	190,258	233,220	22.6
	June	126,677	130,853	140,711	166,335	193,272		
	Q3	**431,815**	**449,693**	**487,422**	**582,024**	**699,760**	0	
	July	143,310	148,449	163,817	202,349	239,527		
	August	151,478	156,098	171,668	206,563	250,429		
	September	137,027	145,146	151,937	173,112	209,804		
	Q4	**607,964**	**577,536**	**587,637**	**705,109**	**797,073**	0	
	October	160,235	156,718	157,105	205,515	233,190		
	November	194,646	191,549	195,570	249,892	265,539		
	December	253,083	229,269	234,962	249,702	298,344		
	Total	**2,015,128**	**2,125,465**	**2,161,577**	**2,508,289**	**2,881,862**	**1,505,734**	**26.3**



International Tourist Arrivals by **Mode** in Jan - May 2012



International Tourist Arrivals by **Regions** in Jan - May 2012



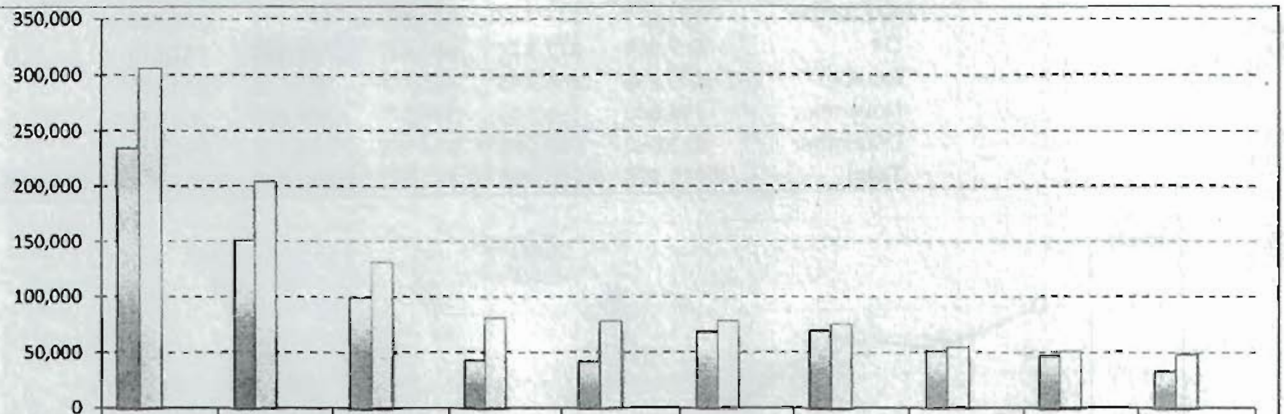
Executive Summary Report in the First Five Months of 2012

I. **International tourist arrivals to Cambodia in January - May 2012 was: 1,505,734**

II. **Mode of arrivals**

	visitors	share (%)
Air	**744,436**	**49.4**
Phnom Penh Int'l Airport	288,927	19.2
Siem Reap Int'l Airport	455,509	30.3
Land and Water ways	**761,298**	**50.6**
Land	719,382	47.8
Waterway	41,916	2.8
Total	**1,505,734**	**100.0**

III. **Top ten markets arrivals in January - May 2012**



	Vietnam	Korea (ROK)	China (RPC)	Lao PDR	Thailand	U.S.A	Japan	France	U.K	Russia
2011	234,485	151,056	99,531	43,247	41,387	67,914	69,319	50,859	47,008	33,215
2012	305,748	204,153	131,969	81,059	78,156	77,948	75,763	54,572	51,407	48,803
share (%)	20.3%	13.6%	8.8%	5.4%	5.2%	5.2%	5.0%	3.6%	3.4%	3.2%
change (%)	30.4%	35.2%	32.6%	87.4%	88.8%	14.8%	9.3%	7.3%	9.4%	46.9%

IV. **International tourist arrivals to Cambodia in January - May 2012**

	Inbound tourism		share (%)		change (%)
	2011	2012	2011	2012	2012*/11
Air	**624,363**	**744,436**	**52.4**	**49.4**	**19.2**
Phnom Penh Int'l Airport	264,910	288,927	22.2	19.2	9.1
Siem Reap Int'l Airport	359,453	455,509	30.2	30.3	26.7
Land and Water ways	**567,394**	**761,298**	**47.6**	**50.6**	**34.2**
Land	530,147	719,382	44.5	47.8	35.7
Waterway	37,247	41,916	3.1	2.8	12.5
Total	**1,191,757**	**1,505,734**	**100.0**	**100.0**	**26.3**

V. **Remark:** Percentage share of international tourist arrivals at destinations in January - May 2012

	Arrivals		share (%)		change (%)
	2011	2012	2011	2012	2012*/11
Phnom Penh & Other Destinations	510,679	564,283	42.9	37.5	10.5
Siem Reap Province	681,078	941,451	57.1	62.5	38.2
Total	**1,191,757**	**1,505,734**	**100.0**	**100.0**	**26.3**

VI. **Outbound tourists departures in January - May 2012**

	Outbound tourism		change (%)
	2011	2012	2012*/11
Cambodian outbound tourists	242,362	322,877	33.2
International outbound tourists	1,190,158	1,508,287	26.7

International Tourist Arrivals to Cambodia by Country of Residence in January - May 2012

(by all mean of transportations)

Regions / Country of Residence	2011	2012 Purpose of Visit: Holiday	Business	Other	Total	Female	share (%) 2012*	change (%) 2012*/11
GRAND TOTAL	1,191,757	1,386,964	66,064	52,706	1,505,734	691,746	100.0	26.3
Asia and the Pacific	837,223	1,022,366	52,064	28,700	1,103,130	518,458	73.3	31.8
ASEAN	409,622	547,291	13,939	18,118	579,348	274,929	38.5	41.4
Brunei Darussalam	180	294	5	81	380	151	0.0	111.1
Indonesia	6,125	6,671	906	198	7,775	2,598	0.5	26.9
Lao PDR	43,247	80,785	30	244	81,059	55,903	5.4	87.4
Malaysia	39,125	41,023	2,723	309	44,055	15,591	2.9	12.6
Myanmar	2,021	1,801	273	89	2,163	947	0.1	7.0
Philippines	26,069	37,536	2,726	478	40,740	24,534	2.7	56.3
Singapore	16,983	18,328	810	134	19,272	6,814	1.3	13.5
Thailand	41,387	70,714	3,655	3,787	78,156	37,460	5.2	88.8
Vietnam	234,485	290,139	2,811	12,798	305,748	130,931	20.3	30.4
Eastern Asia	365,484	416,244	33,764	4,391	454,399	215,029	30.2	24.3
China (RPC)	99,531	110,664	20,060	1,245	131,969	60,360	8.8	32.6
Hong Kong SAR	2,247	3,331	97	21	3,449	1,697	0.2	53.5
Japan	69,319	71,556	3,114	1,093	75,763	33,549	5.0	9.3
Korea (ROK)	151,056	196,885	5,992	1,276	204,153	102,292	13.6	35.2
Mongolia	120	141	9	20	170	88	0.0	41.7
Taiwan, China	43,211	33,667	4,492	736	38,895	17,043	2.6	-10.0
Southern Asia	7,941	8,046	1,238	411	9,695	2,688	0.6	22.1
Afghanistan	72	45	4	15	64	9	0.0	-11.1
Bangladesh	524	331	81	49	461	63	0.0	-12.0
Bhutan	36	57	0	11	68	9	0.0	88.9
India	5,997	6,338	813	233	7,384	2,226	0.5	23.1
Nepal	448	538	63	46	647	173	0.0	44.4
Pakistan	456	357	152	33	542	90	0.0	18.9
Srilanka	408	380	125	24	529	118	0.0	29.7
Western Asia	1,021	1,102	71	5	1,178	648	0.1	15.4
Kazakhstan	706	863	51	4	918	473	0.1	30.0
Uzbekistan	315	239	20	1	260	175	0.0	-17.5
Oceania	48,977	47,871	2,614	5,447	55,932	24,249	3.7	14.2
Australia	42,573	41,647	2,179	4,741	48,567	21,271	3.2	14.1
Fiji	62	32	6	2	40	9	0.0	-35.5
New Zealand	6,342	6,192	429	704	7,325	2,969	0.5	15.5
Other Asia & the Pacific	4,178	1,812	438	328	2,578	915	0.2	-38.3
Europe	249,283	264,145	8,800	8,897	281,842	121,331	18.7	13.1
Northern Europe	71,194	72,622	2,795	1,071	76,488	29,393	5.1	7.4
Denmark	4,751	4,699	131	61	4,891	1,979	0.3	2.9
Finland	3,578	3,076	115	90	3,281	1,199	0.2	-8.3
Iceland	179	199	3	1	203	75	0.0	13.4
Ireland	3,160	3,276	168	67	3,511	1,308	0.2	11.1
Norway	4,398	4,227	98	49	4,374	1,789	0.3	-0.5
Sweden	8,120	8,494	213	114	8,821	3,415	0.6	8.6
United Kingdom	47,008	48,651	2,067	689	51,407	19,628	3.4	9.4
Western Europe	110,858	108,249	4,283	7,036	119,568	50,376	7.9	7.9
Austria	3,770	4,023	88	124	4,235	1,678	0.3	12.3
Belgium	5,824	5,773	248	228	6,249	2,473	0.4	7.3
France	50,859	46,355	2,593	5,624	54,572	23,442	3.6	7.3
Germany	32,341	34,068	733	551	35,352	14,380	2.3	9.3
Luxembourg	243	190	4	5	199	83	0.0	-18.1
Monaco	25	21	0	0	21	12	0.0	-16.0
Netherlands	9,556	9,643	312	179	10,134	4,077	0.7	6.0
Switzerland	8,240	8,176	305	325	8,806	4,231	0.6	6.9
Eastern Europe	45,317	61,205	659	159	62,023	31,847	4.1	36.9
Bulgaria	209	302	6	0	308	171	0.0	47.4
Czech Republic	1,709	2,173	35	13	2,221	929	0.1	30.0
Estonia	548	446	8	5	459	205	0.0	-16.2
Hungary	1,538	1,308	21	9	1,338	566	0.1	-13.0
Lithuania	897	538	11	1	550	300	0.0	-38.7
Poland	4,176	4,515	26	26	4,567	2,231	0.3	9.4
Romania	463	522	21	5	548	301	0.0	18.4
Russian Federation	33,215	48,277	447	79	48,803	25,602	3.2	46.9
Slovakia	643	768	39	16	823	326	0.1	28.0
Ukraine	1,919	2,356	45	5	2,406	1,216	0.2	25.4

International Tourist Arrivals to Cambodia by Country of Residence in January - May 2012

(by all mean of transportations)

Regions / Country of Residence	2011	2012 Purpose of Visit: Holiday	Business	Other	Total	Female	share (%) 2012*	change (%) 2012*/11
GRAND TOTAL	**1,191,757**	**1,386,964**	**66,064**	**52,706**	**1,505,734**	**691,746**	**100.0**	**26.3**
Southern Europe	**18,087**	**20,454**	**567**	**358**	**21,379**	**8,712**	**1.4**	**18.2**
Croatia	229	301	8	1	310	156	0.0	35.4
Greece	581	431	6	9	446	145	0.0	-23.2
Italy	9,107	9,079	274	125	9,478	3,507	0.6	4.1
Portugal	1,130	1,071	30	15	1,116	490	0.1	-1.2
Serbia	203	159	15	2	176	80	0.0	-13.3
Slovenia	371	493	11	2	506	208	0.0	36.4
Spain	5,035	7,697	148	152	7,997	3,767	0.5	58.8
Turkey	1,431	1,223	75	52	1,350	359	0.1	-5.7
Other Europe	3,827	1,615	496	273	2,384	1,003	0.2	-37.7
Americas	**98,683**	**93,698**	**4,803**	**14,954**	**113,455**	**49,233**	**7.5**	**15.0**
Argentina	1,808	2,744	17	63	2,824	1,382	0.2	56.2
Brazil	1,672	2,521	21	27	2,569	1,242	0.2	53.6
Canada	20,998	21,380	872	1,951	24,203	10,603	1.6	15.3
Chile	1,272	1,525	45	5	1,575	789	0.1	23.8
Colombia	1,289	469	11	19	499	255	0.0	-61.3
Costa Rica	117	123	3	2	128	69	0.0	9.4
Ecuador	69	42	0	8	50	27	0.0	-27.5
Mexico	1,270	1,506	25	20	1,551	765	0.1	22.1
Peru	218	229	9	3	241	93	0.0	10.6
United States	67,914	61,710	3,584	12,654	77,948	33,167	5.2	14.8
Uruguay	379	345	0	16	361	190	0.0	-4.7
Other Americas	1,677	1,104	216	186	1,506	651	0.1	-10.2
Africa	**2,507**	**1,814**	**243**	**93**	**2,150**	**839**	**0.1**	**-14.2**
Cameroon	175	96	2	5	103	24	0.0	-41.1
Congo	69	29	0	5	34	7	0.0	-50.7
Ghana	221	73	7	2	82	8	0.0	-62.9
Kenya	114	69	9	15	93	41	0.0	-18.4
Liberia	217	53	1	0	54	9	0.0	-75.1
Nigeria	229	127	109	16	252	41	0.0	10.0
Sudan	9	17	3	2	22	5	0.0	144.4
South Africa	1,170	1,209	83	15	1,307	628	0.1	11.7
Uganda	135	21	2	7	30	12	0.0	-77.8
Other Africa	168	120	27	26	173	64	0.0	3.0
Middle East	**4,061**	**4,941**	**154**	**62**	**5,157**	**1,885**	**0.3**	**27.0**
Egypt	61	64	5	8	77	15	0.0	26.2
Iran	319	272	2	6	280	84	0.0	-12.2
Iraq	21	34	2	1	37	8	0.0	76.2
Israel	3,144	3,988	112	22	4,122	1,687	0.3	31.1
Kuwait	171	213	0	1	214	9	0.0	25.1
Oman	45	44	0	4	48	3	0.0	6.7
Palestine	17	12	0	0	12	2	0.0	-29.4
Qatar	41	44	0	0	44	22	0.0	7.3
Saudi Arabia	27	33	3	2	38	5	0.0	40.7
United Arab Emirates	47	101	0	0	101	3	0.0	114.9
Yemen	50	36	2	2	40	4	0.0	-20.0
Other Middle East	118	100	28	16	144	43	0.0	22.0

Remark:

- Cambodian outbound tourist departures: 322,877
- International outbound tourist departures: 1,508,287

ឧបសម្ព័ន្ធទី២

សកម្មភាពការងារវិនិយោគវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា
ប្រចាំឆ្នាំ ២០១១

១. ការប្រៀបធៀប

ការប្រៀបធៀបគម្រោងទុនវិនិយោគក្នុងឆ្នាំ ២០១០ និងឆ្នាំ ២០១១

ផ្អែកលើតួលេខគម្រោងវិនិយោគតាមវិស័យទាំងបួន សម្រាប់ឆ្នាំ២០១០ និងឆ្នាំ២០១១ លទ្ធផលបង្ហាញឱ្យឃើញថា ក្នុងឆ្នាំ២០១១ នេះ :

- ទុនវិនិយោគលើវិស័យកសិកម្ម កសិ-ឧស្សាហកម្ម មានការកើនឡើងចំនួន ៣៣% ធៀបឆ្នាំ២០១០ ។
- ទុនវិនិយោគលើវិស័យឧស្សាហកម្ម និងកម្មន្តសាលមានការកើនឡើងចំនួន ៦ ដង ធៀបឆ្នាំ២០១០ ។ ដោយឡែកវិស័យវាយនភ័ណ្ឌ ដែលមានទុនវិនិយោគសរុប ៣៩៩.៨០៤.៥០៦ ដុល្លារអាមេរិក មានការកើនឡើង ចំនួន ៣ ដង បើប្រៀបធៀបជាមួយឆ្នាំ២០១០ ដែលមានទុនវិនិយោគ សរុបចំនួន ១២៦.០២២.១៥៤ ដុល្លារអាមេរិក ។
- ទុនវិនិយោគលើវិស័យទេសចរណ៍ មានការកើនឡើងចំនួន ៦.៤ ដង ធៀបឆ្នាំ២០១០ ។
- ទុនវិនិយោគលើវិស័យហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងផ្សេងៗ មានការកើនឡើង ចំនួន ៦០% ធៀបឆ្នាំ២០១០ ។

ជារួមបើប្រៀបធៀបនឹងឆ្នាំ២០១០ ទុនវិនិយោគសរុបក្នុងឆ្នាំ២០១១ នេះ មានការកើនឡើងចំនួន ២.៤៨ ដង ។ ទុនវិនិយោគបរទេស ដែលមានចំនួន ៥.២០២.៤០៤.៣៨៦ ដុល្លារអាមេរិក មានការកើនឡើង ចំនួន ២ដង បើប្រៀបធៀបទៅនឹងឆ្នាំ២០១០ ដែលមានទុនវិនិយោគបរទេស សរុបចំនួន ២.៤៩៦.៥៩០.៧៧០ ដុល្លារអាមេរិក ។ រីឯទុនវិនិយោគក្នុងស្រុកមានការកើនឡើងចំនួន ៤.៧២ដង ។

តារាង ស្តីពីសកម្មភាពការងារវិនិយោគវិស័យទាំង បួន ឆ្នាំ២០១០ និងឆ្នាំ២០១១

វិស័យ	ឆ្នាំ២០១០ (ដុល្លារអាមេរិក)			ឆ្នាំ២០១១ (ដុល្លារអាមេរិក)		
	ទុនចុះបញ្ជី	ទុនវិនិយោគ	គម្រោង	ទុនចុះបញ្ជី	ទុនវិនិយោគ	គម្រោង
កសិកម្ម & កសិ-ឧស្សាហកម្ម	៤៤.៨០០.០០០	៥៩៨.៧៣៣.៣៦៧	២៧	២៩៨.០០០.០០០	៧៩៤.៤៦០.៦៣៨	២៨
ឧស្សាហកម្ម & កម្មន្តសាល	៧២.០០០.០០០	៤៧៧.៩៩១.៩៥៦	៨០	១៦២.១០០.០០០	២.៨៨៩.៨៦៦.៤៧៣	១១៦
ទេសចរណ៍	៣.០០០.០០០	១៣១.៨៣០.៧២៥	៣	៤៨.៥០០.០០០	៨៤៥.៥៩៨.៩៦៧	៥
ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ & ផ្សេងៗ	២២.០០០.០០០	១.៧៣៥.០១៥.៧១៧	៨	៣២.១០០.០០០	២.៧៨២.២៨៩.៧០៩	៨
សរុប	១៤១.៨០០.០០០	២.៩៤៣.៥៧១.៩៤៥	១១៨	៥៤០.៧០០.០០០	៧.៣១២.២១៥.៧៨៧	១៦១

ប្រភព : ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា "ក.អ.ក" របាយការណ៍វិនិយោគប្រចាំ ២០១១ ។

២.សកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍តាមបណ្តាកោះ-ឆ្នេរ និងរមណីយដ្ឋាននានា

គិតរហូតមកដល់ពេលនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលបានផ្តល់គោលការណ៍ជូនក្រុមហ៊ុនចំនួន ៣៩ វិនិយោគតាមបណ្តាកោះ-ឆ្នេរ និងរមណីយដ្ឋាននានាចំនួន ៣២ កន្លែង នៅបណ្តាខេត្តដូចខាងក្រោម :

- ខេត្តព្រះសីហនុ : មានក្រុមហ៊ុនចំនួន ២១ វិនិយោគលើកោះចំនួន ១៥ ឆ្នេរចំនួន ២កន្លែង និងរមណីយដ្ឋាន ២ កន្លែង
- ខេត្តកោះកុង : មានក្រុមហ៊ុនចំនួន ៨ វិនិយោគលើកោះចំនួន ១២ និងតំបន់ឆ្នេរ ១ កន្លែង
- ខេត្តកំពត : មានក្រុមហ៊ុនចំនួន ៤ វិនិយោគលើកោះចំនួន ១ តំបន់ឆ្នេរ ១ កន្លែង និងរមណីយដ្ឋាន ១ កន្លែង
- ខេត្តកែប : មានក្រុមហ៊ុនចំនួន ៦ វិនិយោគលើកោះចំនួន ៨ និងរមណីយដ្ឋាន ១ កន្លែង ។

ក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនទាំង ៣៩ ខាងលើ មានក្រុមហ៊ុនចំនួន ៣៧ បានបំពេញបែបបទត្រឹមត្រូវតាមនីតិវិធីជាធរមាន នៅក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍកម្ពុជា " ក.អ.ក " ដោយក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនទាំងនោះ មាន ៣១ ក្រុមហ៊ុនបានចុះកិច្ចសន្យាជាមួយរាជរដ្ឋាភិបាលរួចហើយ ។ ក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនទាំង ៣១ នេះ មាន : ក្រុមហ៊ុនចំនួន ២៨ បានបង់ប្រាក់កក់រួចហើយ ក្នុងនោះ មានក្រុមហ៊ុនចំនួន ២៤ បានទទួលការឯកភាពពី " ក.អ.ក " លើប្លង់មេរួចហើយ តាមរយៈអង្គប្រជុំ " ច្រកចេញ-ចូលតែមួយ " ។

ឧបសម្ព័ន្ធទី៣

បញ្ជីសហគមន៍ទេសចរណ៍(អេកូទេសចរណ៍) ឆ្នាំ ២០១១

ល.រ	ឈ្មោះសហគមន៍	ដំណើរការ	ប្រភេទសហគមន៍	ស្ថាប័នគាំទ្រ
១.ខេត្តបន្ទាយមានជ័យ				
១.១	១.អាងត្រពាំងថ្ម	80%	Eco	WCS / Sam Veasna
១.២	២.បន្ទាយឆ្មា	100%	Eco	APLC
២.ខេត្តសៀមរាប				
២.១	៣.កំពង់ភ្លុក	80%	Eco	Community / Private Sector
២.២	៤.ចុងឃ្នាស	80%	Eco	Community / Private Sector
២.៣	៥.មេជ្រៃ	80%	Eco	Community / Private Sector
២.៤	៦.កំពង់ឃ្លាំង	80%	Eco	Community
៣.ខេត្តកំពង់ស្ពឺ				
៣.១	៧.ទឹកធ្លាក់ចំបក់	100%	Eco	Mlup Baitong
៤.ខេត្តបាត់ដំបង				
៤.១	៨.ព្រៃកទាល់	50%	Eco	Osmose
៥.ខេត្តកំពង់ធំ				
៥.១	៩.សម្បូរណ៍ព្រៃគុគហ៍	100%	Eco	GTZ / Khiri Travel
៦.ខេត្តព្រះវិហារ				
៦.១	១០.ត្មាតបោយ	80%	Eco	WCS / Sam Veasna
៦.២	១១.ជ្រោះព្រះនិមិត្រ	30%	Nature	DOT / Ponluk Khmer
៧.ខេត្តកំពត				
៧.១	១២.ព្រៃកន្ធោត	70%	Eco	SCW
៧.២	១៣.បឹងអន្លង់ព្រីង	30%	Nature	Mlup Baitong
៨.ខេត្តកោះកុង				
៨.១	១៤.ជីផាត់	100%	Eco	Wildlife Alliance/ Live Learn
៨.២	១៥.ពាមក្រសោប	100%	Eco	DOT Commune
៨.៣	១៦.ថ្មបាំង	50%	Eco	CI

៨.៣	១៦.ថ្មបាំង	50%	Eco	CI
៨.៤	១៧.គ្រពាំងរ៉ូង	100%	Eco	Wildlife Alliance DOT
៨.៥	១៨.តាតាយក្រោម	100%	Eco	Wildlife Alliance DOT
៨.៦	១៩.បឹងកាឆាង	70%	Eco	SCW
៨.៧	២០.កោះកាពិ	50%	Eco	SCW
៨.៨	២១.កោះស្រឡៅ	50%	Eco	SCW
៩.ខេត្តក្រចេះ				
៩.១	២២.កោះផ្ដៅ	90%	Eco	CRDT
៩.២	២៣.កោះទ្រង់	90%	Rural	KAFDOC/ Oxfam MDTP
៩.៣	២៤.វត្តសរសរ១០០	30%	Culture	DOT MDTP
៩.៤	២៥.កាំពី	60%	Nature	DOT MDTP
៩.៥	២៦.វត្តរការកណ្ដាល	30%	Culture	DOT MDTP
៩.៦	២៧.ភ្នំសំបុក	40%	Culture	DOT MDTP
១០.ខេត្តស្ទឹងត្រែង				
១០.១	២៨.ព្រះរំកិល	100%	Eco	MOT Mlup Baitong
១០.២	២៩.បុរីអូរស្វាយ	50%	Eco	MOT CEPA
១០.៣	៣០.អូរឫស្សីកណ្ដាល	50%	Nature	Mlup Baitong
១០.៤	៣១.កោះព្រះ	50%	Nature	CRDT
១០.៥	៣២.វ៉ឺនសៀន	30%	Eco	MOT CEPA
១១.ខេត្តមណ្ឌលគិរី				
១១.១	៣៣.ដីអី	80%	Eco	WWF/ SCW
១១.២	៣៤.កោះមើយើល	30%	Eco	WWF/ SCW
១១.៣	៣៥.ប៊ូស្រា	50%	Nature	Provincail/ DOT
១១.៤	៣៦.រម្យនា	40%	Nature	Provincail/ DOT
១១.៥	៣៧.ទឹកធ្លាក់ជ្រៃយោះ	40%	Nature	Provincail/ DOT
១១.៦	៣៨.ទឹកធ្លាក់ជ្រៃធំ	40%	Nature	Provincail/ DOT
១១.៧	៣៩.ភ្នំក្រោល	40%	Nature +Culture	Provincail/ DOT
១១.៨	៤០.ទឹកធ្លាក់មនោរម្យ	40%	Nature	Provincail/ DOT

១២.ខេត្តរតនគិរី				
១២.១	៤១.ឧទ្យានជាតិវីរៈជ័យ	70%	Eco	MoE
១២.២	៤២.បឹងយក្សឡោម	100%	Eco	MTDP/DOT Self development
១២.៣	៤៣.កុកឡាក់	50%	Eco	NTFP/ FPSC
១២.៤	៤៤.ទឹកធ្លាក់កាចាញ	60%	Nature	MTDP/DOT
១២.៥	៤៥.ទឹកធ្លាក់ចាអ៊ុង	60%	Nature	MTDP/DOT
១២.៦	៤៦.ទឹកធ្លាក់កាឡេង	60%	Nature	MTDP/DOT
១២.៧	៤៧.បឹងលំកុដ	30%	Eco	MTDP/DOT

សរុបចំនួន ៤៧ សហគមន៍ទេសចរណ៍:

- **បែបធម្មជាតិចំនួន ១៣**
- **បែបអេកូទេសចរណ៍ចំនួន ២៩**
- **បែបវប្បធម៌ចំនួន ៣**
- **បែបវប្បធម៌ ធម្មជាតិ ១**
- **បែបជនបទ ១**

រៀបចំដោយនាយកដ្ឋានផែនការអភិវឌ្ឍ នៃក្រសួងទេសចរណ៍

ឧបសម្ព័ន្ធទី៤

តារាងស្ថិតិរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍

ល.រ	រាជធានី-ខេត្ត	សរុបរមណីយដ្ឋាន	ប្រភេទអាជីវកម្ម			ប្រភេទរមណីយដ្ឋាន		ផ្សេងៗ
			ឯកជន	រដ្ឋ	សហគមន៍	អាជ្ញាបណ្ណ		
១	រាជធានីភ្នំពេញ	១២	២	១០		២	វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ៥កន្លែង ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ៥កន្លែង ធម្មជាតិ:១កន្លែង ធម្មជាតិ-កែឆ្នៃ: ១កន្លែង	
២	កណ្ដាល	១២	២		១០		វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ១២កន្លែង	
៣	តាកែវ	១៤	១	១៣		១	វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០៨កន្លែង ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០១កន្លែង ធម្មជាតិ:០៤កន្លែង ធម្មជាតិ-កែឆ្នៃ: ០១កន្លែង	
៤	កំពត	១៥	៣	៧	៥	១	វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ៤កន្លែង ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ១កន្លែង ធម្មជាតិ:៩កន្លែង ធម្មជាតិ-កែឆ្នៃ: ១កន្លែង	មានប្រាសាទចំនួន៨បន្ថែមអាចទស្សនាបាន
៥	កែប	៨				១	ធម្មជាតិ:០៥កន្លែង កែឆ្នៃ: ០៣កន្លែង	
៦	ព្រះសីហនុ	២២	៤	១៨			ធម្មជាតិ:២០កន្លែង វប្បធម៌-កែឆ្នៃ : ០២កន្លែង	
៧	កោះកុង	៧	២		៥		ធម្មជាតិ-កែឆ្នៃ: ០៦កន្លែង កែឆ្នៃ: ០១កន្លែង	
៨	កំពង់ស្ពឺ	៨	៤	៣	១	៣	វប្បធម៌ : ០២កន្លែង ធម្មជាតិ:០៤កន្លែង កែឆ្នៃ: ០២កន្លែង	
៩	កំពង់ឆ្នាំង	២៤	១	២៣			ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០៧កន្លែង ធម្មជាតិ:០៨កន្លែង កែឆ្នៃ: ០៩កន្លែង	
១០	ពោធិសាត់	១០	១	១	៨		ធម្មជាតិ:០៩កន្លែង វប្បធម៌: ០១កន្លែង	
១១	បាត់ដំបង	២០	៤	១៦		២	វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០៥កន្លែង វប្បធម៌: ០២កន្លែង ធម្មជាតិ:១២កន្លែង កែឆ្នៃ: ០១កន្លែង	មានទួលបុរាណនិងប្រាសាទខូចខាតខ្លះៗចំនួន៣៩៥កន្លែង

១២	បន្ទាយ មានជ័យ	១២					ធម្មជាតិ: ០៦កន្លែង កែច្នៃ: ០៤កន្លែង វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០២កន្លែង	
១៣	ឧត្តរមានជ័យ	២៨		២៨			ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ២២កន្លែង ធម្មជាតិ: ០៥កន្លែង វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០១កន្លែង	
១៤	ព្រះវិហារ	៥		៥			វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០៣កន្លែង ធម្មជាតិ: ០២កន្លែង	
១៥	រតនៈគិរី	១២	១	៤	៧		ធម្មជាតិ: ១០កន្លែង វប្បធម៌: ០១កន្លែង កែច្នៃ: ០១កន្លែង	
១៦	មណ្ឌលគីរី	១៧		១១	៦		ធម្មជាតិ: ១៥កន្លែង វប្បធម៌: ០២កន្លែង	
១៧	ក្រចេះ	១៥		២	១៣		ធម្មជាតិ: ០៩កន្លែង វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០៦កន្លែង	
១៨	ស្ទឹងត្រែង	១៩					ធម្មជាតិ: ១១កន្លែង ប្រវត្តិសាស្ត្រ : ០៤កន្លែង កែច្នៃ: ០៤កន្លែង	
១៩	កំពង់ធំ	១០				៣	វប្បធម៌: ០១កន្លែង វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០៦កន្លែង កែច្នៃ: ០៣កន្លែង	មានទួលបុរាណ និងប្រាសាទខូច ខាតខ្លះៗចំនួន៣៦ កន្លែង
២០	កំពង់ចាម	២០					វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០៦កន្លែង ធម្មជាតិ: ០៤កន្លែង កែច្នៃ: ១០កន្លែង	មានទួលបុរាណ និងប្រាសាទខូច ខាតខ្លះៗចំនួន ៤៨កន្លែង
២១	ព្រៃវែង	៩	១	៨			ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០៣កន្លែង ធម្មជាតិ: ០៣កន្លែង កែច្នៃ: ០៣កន្លែង	
២២	ស្វាយរៀង	២		២			វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០១កន្លែង កែច្នៃ: ០១កន្លែង	
២៣	ប៉ៃលិន	១០					ធម្មជាតិ: ០៩កន្លែង កែច្នៃ: ០១កន្លែង	
២៤	សៀមរាប	២៤				៣	វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ: ០៣កន្លែង ធម្មជាតិ: ០៤កន្លែង កែច្នៃ: ១៧កន្លែង	មានរមណីយដ្ឋាននិងប្រាសាទ សរុប ៣១៥ កន្លែង

រមណីយដ្ឋានកំពុងដំណើការទទួលទេសចរ	=	៣៣៥ កន្លែង
រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍វប្បធម៌-ប្រវត្តិសាស្ត្រ	=	៧៣កន្លែង
រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រ	=	៤៣កន្លែង
រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ធម្មជាតិ	=	១៥៩កន្លែង
រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍កែច្នៃ	=	៦០កន្លែង

នាយកដ្ឋានទេសចរណ៍វប្បធម៌និងរមណីយដ្ឋាន

ឧបសម្ព័ន្ធទី៥

MINISTRY OF TOURISM
TOURISM GENERAL DEPARTMENT
TOURISM INDUSTRY DEPARTMENT

KINGDOM OF CAMBODIA
NATION RELIGION KING

Industry of Tourism Statistic
on June, 2012

		Hotel					G.house										Travel Agency		Guide	Transport				
N°	Location	N°	MOT Lisence	Room			N°	Room	Rest	Massa	Beer Garden	Casino	Disco	Kara	Site & Resort	Sporting Club	Head	Branch		Bus	Taxi	Moto	Airport	Boat
				S	T	Total																		
1	PHNOM PENH	164	142	3649	4073	7722	425	6478	340	87	63	1	40	131	13	9	289	22	387	216	82	344	1	64
2	SIEM REAP	138	111	3438	6969	10407	230	3207	155	57	15			18	28	5	164	77	3522	240	231	94	1	298
3	SIHANOUK	49	26	0	2284	2284	123	1841	57	12	4	3	2	8	21	15	4	1		133	102	150	1	75
	SUBTOTAL	351	279	7087	13326	20413	778	11526	552	156	82	4	42	157	62	29	457	100	3909	589	415	588	3	437
4	KRATIE	10		80	266	346	14	213	28					7	15		1		10		3	52		
5	KAMPOT	6	2	323	226	549	61	741	35	10		3	1	4	14				8	3				4
6	PREAH VIHEA	1		5	15	20	18	223	6		1			15	14				14		7	20		11
7	BANTEAY MEAN CHEY	4		62	131	193	15	195	15	3		7		10	10	1	7	5						
8	RATANAKIRI	6		82	154	236	21	326	16						12						20		1	
9	ODDAR MEANCHEY	2			53	53	23	399	20	3		2		11	44									
10	KANDAL					0	9	120	9			2	1	6	10	1								2
11	TAKEO					0	13	236	15			1			13	1								
12	KOH KONG	10		314	352	666	3	53	6	1		1	1	6	4					2				1
	SUBTOTAL	39	1	866	1197	2063	177	2506	150	17	1	16	3	59	136	3	8	5	32	5	30	72	1	18

		0					G.House										TravelAgency		Guide	Transport				
N°	Location	N°	MOT Lisence	Room			N°	Room	Rest	Mass	Beer Garden	Casino	Disco	Kara	Site & Resort	Sporting Club	Head	Branch		Bus	Taxi	Moto	Airport	Boat
				S	T	Total																		
13	KAMPONG CHHNANG	4		45	150	195	5	88	12					9	23									7
14	BATTAMBANG	27	3	435	938	1373	32	655	36	3	3		12	14	18	2	1	3			6	40	1	2
15	KAMPONG THOM	5	2	51	116	167	15	182	28	2				11	21									
16	PURSAT	4		34	122	156	17	222	17	7			5	10	10						3	3		
17	KEP	6			70	70	22	302	22						13			1			7	20		11
18	KAMPONG CHAM	12		281	502	783	59	804	18	4	4	2		23	1				1					
19	SVAY RIENG	13		284	910	1194	20	293	16			12	1	5	1		1							
20	PREY VENG	11		30	188	218	9	66	22	1		1		27	9									
21	KAMPONG SPEU	1		19	16	35	15	105	20					40	8	1								
22	MONDULKIRI	2		31	78	109	21	514	21				5	8	7						27	27		
23	STUNG TRENG	5		61	84	145	13	247	11						17									
24	PAILIN	4		147	101	248	10	114	18			3		9	6·	4								
	SUBTOTAL	[illegible]	[illegible]	1418	3275	4693	238	3592	241	17	7	18	23	156	134	7	2	4	1	0	43	90	1	20
Grand Total		[illegible]	[illegible]	4371	17795	27169	1193	17624	943	180	97	38	68	372	332	38	467	109	3942	594	488	750	5	475

Tourism Industry Department

The most Beautiful BAYS in the WORLD
ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា