



ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា

**ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ
អភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍
២០១២-២០២០**

បានទទួលការឯកភាពពីគណៈរដ្ឋមន្ត្រីក្នុង
សម័យប្រជុំពេញអង្គនាថ្ងៃទី២០ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១២



ក្រសួងទេសចរណ៍



កម្ពុជា

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ



**ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍
២០១២-២០២០**

បានទទួលការឯកភាពពីគណៈរដ្ឋមន្ត្រីក្នុងសម័យប្រជុំពេញអង្គ
ថា្ងៃទី២០ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១២



5 គាត់



សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន
នាយករដ្ឋមន្ត្រី នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

សារវិទិត

របស់សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន
នាយករដ្ឋមន្ត្រី នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

គាំទ្រផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២ - ២០២០

២០២០០៧០៤២២

ក្នុងនាមរាជរដ្ឋាភិបាល ខ្ញុំសូមសម្តែងនូវមនោសញ្ចេតនាវិករាយថ្លែងនូវសារលិខិតជូនជនរួមជាតិទាំងអស់ ជាទីស្នេហា អំពីឆន្ទៈ ការប្តេជ្ញាចិត្តនិងបុព្វហេតុក្នុងការគាំទ្រ**ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២ - ២០២០** ។ ពិតណាស់ថា វិស័យទេសចរណ៍គឺជាវិស័យអាទិភាពមួយត្រូវបានកំណត់នៅក្នុង**យុទ្ធសាស្ត្រ- ចតុកោណ**របស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ហើយវិស័យនេះបានរួមចំណែកកសាងនិងអភិវឌ្ឍសង្គម- សេដ្ឋកិច្ចជាតិ របស់យើងយ៉ាងច្រើន ជាពិសេសបានលើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅ និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាជនតាមរយៈ ការផ្តល់ឱកាសការងារនិងមុខរបរ ។

ជារួម**ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២ - ២០២០** បានបង្ហាញនូវចក្ខុវិស័យ ច្បាស់លាស់ និងយូរអង្វែងសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា ដោយផ្ដោតជាសំខាន់លើសក្តានុពលនៃធនធាន « **វប្បធម៌និងធម្មជាតិ** » ។ ទេសចរណ៍វប្បធម៌ត្រូវបានផ្តល់អាទិភាពខ្ពស់ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា ព្រមជាមួយនឹងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងអេកូទេសចរណ៍ដែលជាចក្ខុវិស័យ និងគោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីរួមចំណែក ដល់ការទប់ទល់បម្រែបម្រួលអាកាសធាតុសកលផង និងរួមចំណែកដល់ការអភិវឌ្ឍន៍**សេដ្ឋកិច្ចបែកតា**នៅកម្ពុជា ផង ។ **ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ**នេះបានបង្ហាញថា នៅឆ្នាំ ២០២០ កម្ពុជានឹងទទួលបានភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ ប្រមាណ ៧ លាននាក់ ព្រមជាមួយនឹងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណជា ៨ ទៅ ១០ លាននាក់ ទស្សនានៅ ទូទាំងប្រទេស ។ ចំណូលទៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចជាតិពីវិស័យទេសចរណ៍នឹងកើនឡើងដល់ប្រមាណ ៥.០០០ លាន ដុល្លារអាមេរិក នៅក្នុងមួយឆ្នាំ ដែលចំណូលនេះនឹងរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ដល់កំណើននៃផលិតផលក្នុងស្រុក សរុប និងផ្តល់ឱកាសការងារប្រមាណ ៨០ ម៉ឺននាក់ ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍មួយនេះ ។ ទាំងអស់នេះជាផល ដ៏ផុសម្សើមមួយមិនចេះរីងស្ងួតដែលកម្ពុជាខ្លួនឯងអាចធ្វើបាន ហើយបង្កើតបានជាប្រវត្តិសាស្ត្រថ្មីមួយនៃវិស័យ- ទេសចរណ៍ជាតិយើង ។ ដូច្នេះយើងទាំងអស់គ្នាក្នុងនាមជាប្រជាជាតិកម្ពុជាដែលនឹងទទួលបាននូវផលប្រយោជន៍ ទាំងអស់នេះត្រូវរួមគ្នាគាំទ្រនិងចូលរួមចំណែកទាំងអស់គ្នា ។

ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះ ខ្ញុំសូមបង្ហាញអំពីឆន្ទៈគាំទ្រ ដើម្បីសម្រេចចក្ខុវិស័យខាងលើនេះ និងធានាការ បែងចែកផលទេសចរណ៍ប្រកបដោយសមធម៌ជូនគ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធ ដោយឈរលើគោលការណ៍គ្រឹះជាមូលដ្ឋាន សំខាន់ ៥ យ៉ាង ដែលត្រូវបានដាក់ចេញនិងអនុវត្តដូចខាងក្រោម ៖

ទី១. រាជរដ្ឋាភិបាលប្រកាន់ជំហរបើកទូលាយការធ្វើធុរកិច្ចទេសចរណ៍ ដោយគាំទ្រការប្រកួតប្រជែង ស្មើភាពចំពោះមុខច្បាប់ និងប្រកាន់ខ្ជាប់នូវគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ដើម្បីបង្កើនបរិយាកាសធុរកិច្ចនិង សកម្មភាពទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាឱ្យប្រកបដោយភាពទាក់ទាញនិងភាពកក់ក្តៅដល់ភ្ញៀវទេសចរ ។



ក្រសួងទេសចរណ៍

៣២. ជំរុញអនុវត្តយ៉ាងសកម្មគោលនយោបាយគាំទ្រនានា ដល់ការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ជាពិសេស គោលនយោបាយបើកចំហដើងមេឃ ផ្លូវទឹក និងផ្លូវគោក ដើម្បីធ្វើឱ្យកាន់តែងាយស្រួលការធ្វើដំណើរនិងការ ដឹកជញ្ជូនភ្ញៀវទេសចរ ។

៣៣. លើកកម្ពស់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយវិស័យឯកជន ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ ដើម្បីជំរុញដល់កិច្ចអភិវឌ្ឍ វិស័យទេសចរណ៍ជាតិឱ្យសម្រេចបានតាមគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួន ។

៣៤. ជំរុញការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍នេះ ដើម្បីរកទីផ្សារជួនប្រជាជនលក់ផលិតផលរបស់ខ្លួន ព្រោះថា វិស័យទេសចរណ៍ គឺជាការនាំចេញនូវនឹងកន្លែង ។ ទន្ទឹមនេះ យើងនឹងបន្តជំរុញលើកទឹកចិត្តនិងបង្កលក្ខណៈ ងាយស្រួល ព្រមទាំងគាំទ្រការចូលរួមអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍របស់ប្រជាជន ពិសេសប្រជាជនសហគមន៍នៅតាម គោលដៅទេសចរណ៍នានា ដើម្បីចរន្តនៃការអភិវឌ្ឍន៍ផង ការបង្កើតការងារ ការកាត់បន្ថយចំណាកស្រុក និង ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាជនផងដែរ ។

៣៥. លើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តន៍ច្បាប់ ប្រើប្រាស់មូលដ្ឋានគតិយុត្ត ដើម្បីធានាការការពារផល ប្រយោជន៍ទេសចរណ៍ស្របច្បាប់របស់គ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងធានាការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជាឱ្យប្រកបដោយ ចីរភាព គុណភាពនិងការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ ។

ជាថ្មីម្តងទៀត ក្នុងនាមរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ខ្ញុំសូមវាយតម្លៃខ្ពស់ចំពោះថ្នាក់ដឹកនាំ មន្ត្រីរាជការក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ ជាពិសេសគណៈកម្មាធិការគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ក្រសួងទេសចរណ៍ ឧត្តមក្រុមប្រឹក្សាសេដ្ឋកិច្ចជាតិ ទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រី ដែលបានសហការគ្នាធ្វើឱ្យឯកសារ**ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍** នេះ បានលេចចេញជារូបរាង ហើយត្រូវបានអនុម័តនិងបានក្លាយជាឯកសារដ៏មានតម្លៃ បំផុតសម្រាប់ជាតិយើង ។ ឆ្លៀតឱកាសនេះ ខ្ញុំសូមអំពាវនាវគ្រប់ក្រសួង- ស្ថាប័ន អាជ្ញាធរដែនដីគ្រប់លំដាប់- ថ្នាក់ ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ វិស័យឯកជន ក៏ដូចជាប្រជាជនទាំងអស់ សូមចូលរួមគាំទ្រ និង រួមចំណែកឱ្យបានសកម្មក្នុងការអនុវត្តន៍ **ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០** នេះ ឱ្យ ទទួលបានជោគជ័យជាស្ថាពរ ។

ខ្ញុំសង្ឃឹមយ៉ាងមុតមាំថា ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ ទាំងក្នុងរដ្ឋរាជរដ្ឋាភិបាល វិស័យឯកជន អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍នឹងយក **ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍** នេះ ទៅប្រើប្រាស់ជាត្រី វិស័យ ក្នុងការបង្កើនល្បឿនកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាឱ្យប្រកបដោយចីរភាព គុណភាព និងការទទួល- ខុសត្រូវ និងក្នុងបុព្វហេតុលើកកម្ពស់ថែមទៀតនូវកិត្យានុភាពកម្ពុជា **«កម្ពុជាៈ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា»** ឱ្យក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ **« វប្បធម៌ និងធម្មជាតិ »** លំដាប់ពិភពលោក ។

ធ្វើនៅរាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី ០៩ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ ២០១២



ឃុន សែន

ក្នុងនាមក្រសួង
ប្រាសច្រៅបំផុតចំ
ទេសចរណ៍ ២០១២
វិស័យចង្អុលបង្ហាញ
ទទួលខុសត្រូវ។

វិស័យទេស
សំខាន់នៃសេដ្ឋកិច្ច
ជាតិ រួមចំណែកជុំវិញ
ភាព និងការទទួល
សម្បត្តិវប្បធម៌ ប្រ
លើកស្ទួយកិត្យានុភាព
ប្រតិបត្តិការ និងការ

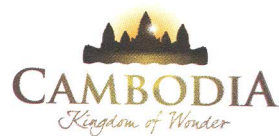
រាជរដ្ឋាភិបាល
សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ
ដែលនិច្ចកាល ស
សម្រេចបានជោគជ័យ
ផែនការ និងយុទ្ធសាស្ត្រ
និងយុទ្ធសាស្ត្រចក្ខុវិស័យ

ជាការពិត ក
វិស័យទេសចរណ៍
នយោបាយ សន្តិសុខ
២០២០ នេះ គឺជាឯកសារ
ក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យ
ក្នុងការរួមចំណែកក្នុង



ក្រសួងទេសចរណ៍

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ



សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ
របស់កងកម្ម ដោង ខុន រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍

២០២០

ក្នុងនាមក្រសួងទេសចរណ៍ ថ្នាក់ដឹកនាំ និងមន្ត្រីរាជការ ខ្ញុំសូមសម្តែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុតចំពោះរាជរដ្ឋាភិបាល ដែលបានគាំទ្រ និងអនុម័តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០។ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ គឺជាការសម្រេចសំខាន់របស់ជាតិ និងជាត្រឹមវិស័យចង្អុលបង្ហាញការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព គុណភាព និងការទទួលខុសត្រូវ។

វិស័យទេសចរណ៍ត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាទទួលស្គាល់ថាជា "មាសបែក" ជាផ្នែកដ៏សំខាន់នៃសេដ្ឋកិច្ចប្រទេស ដែលចំណូលនៃវិស័យនេះ ត្រូវបានចាត់បញ្ចូលភ្លាមៗទៅក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចជាតិ រួមចំណែកជំរុញកំណើនផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប។ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ រួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ដល់កិច្ចអភិវឌ្ឍន៍ ថែរក្សា ការពារ និងអភិរក្សសម្បត្តិវប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ធនធានធម្មជាតិ។ ម៉្យាងទៀត ការរីកលូតលាស់នៃទេសចរណ៍ជួយលើកស្ទួយកិច្ចព្រមព្រៀងជាតិលើឆាកអន្តរជាតិ ការពង្រឹង និងពង្រីកមិត្តភាព សាមគ្គីភាព កិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងការធ្វើសមាហរណកម្មកម្ពុជាទៅក្នុងតំបន់ និងពិភពលោក។

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

ជាការពិត កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា មានសក្តានុពលយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ ដោយឈរលើប្រភពធនធាន "វប្បធម៌ និងធម្មជាតិ" ការឯកភាពជាតិ ស្ថិរភាពនយោបាយ សន្តិសុខ និងសុវត្ថិភាពល្អ។ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០ នេះ គឺជាការសម្រេចសំខាន់ បង្ហាញថែមទៀតនូវឆន្ទៈនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការយកវិស័យនេះជាវិស័យអាទិភាពមួយក្នុងការរួមចំណែកកសាងសេដ្ឋកិច្ចសង្គមកម្ពុជា។

ឯកសារផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ បានបង្ហាញនូវចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់សម្រាប់អនាគតនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា ដោយផ្ដោតជាសំខាន់ទៅលើទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រទាំង៦រួមមាន៖ ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ការសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ការតភ្ជាប់និងការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ ការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន ប្រព័ន្ធច្បាប់ និងយន្តការនៃការគ្រប់គ្រង និងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស។ ព្រមទាំងមួយនេះ យុទ្ធសាស្ត្រក៏បានចង្អុលបង្ហាញពីការសិក្សាអំពីបញ្ហាប្រឈម ហានិភ័យ ចំណុចខ្លាំង កាឡានុវត្តន៍ភាព និងការដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រ វិធានការ និងផែនការ និងយន្តការដើម្បីអនុវត្ត។

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

ខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះក្រសួង ស្ថាប័ន និងអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ វិស័យឯកជន អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ ដែលបានចូលរួមផ្តល់មតិយោបល់ និងកិច្ចសហការនានាក្នុងការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍នេះ។

ក្នុងនាមក្រសួងទេសចរណ៍ សូមប្តេជ្ញាយ៉ាងម៉ឺងម៉ាត់ បង្កើនកិច្ចសហការជាមួយក្រសួង ស្ថាប័ន និងអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ វិស័យឯកជន អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ដើម្បីជំរុញអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០ នេះ ឲ្យទទួលបានជោគជ័យ។

ធ្វើនៅភ្នំពេញ ថ្ងៃទី០៣ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ២០១២



ថោង ខុន

សារលិខិតសម្តេចតេជោ
លិខិតថ្លែងអំណរគុណ

I. សេចក្តីផ្តើម -----

II. សភាពការណ៍ទេសចរណ៍ -----

១- សភាពការណ៍ទេសចរណ៍
២- សភាពការណ៍ទេសចរណ៍
៣- សភាពការណ៍ទេសចរណ៍
៤- ចំណុចសម្រាប់

III. បក្ខវិស័យ -----

IV. គោលបំណងនិងគោលការណ៍ -----

V. ការវិនិយោគយុទ្ធសាស្ត្រ -----

១- ផលិតផលទេសចរណ៍
២- ការសិក្សាទីផ្សារ
៣- ការតភ្ជាប់
៤- សុវត្ថិភាព
៥- ច្បាប់និង

VI. ទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រ -----

១- ការអភិវឌ្ឍន៍ -----

១.១ ការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍
១.២ អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ
១.៣ ភ្នំពេញ
១.៤ ការអភិវឌ្ឍន៍
១.៥ ភូមិភាគ
១.៦ តំបន់
១.៧ តំបន់

២. ការសិក្សាទីផ្សារ -----

២.១ ទីផ្សារ
២.២ ការផ្សព្វផ្សាយ

៣. ការតភ្ជាប់ -----

៤. ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាព -----

៤.១ ប្រព័ន្ធច្បាប់
៤.២ ការគ្រប់គ្រង

៥. ប្រព័ន្ធច្បាប់ -----

៦. ការអភិវឌ្ឍន៍មនុស្ស -----

VII. ផែនការនិងវិធានការ -----

១. ផែនការនិងវិធានការ
២. ផែនការនិងវិធានការ
៣. ផែនការនិងវិធានការ
ដឹកជញ្ជូន
៤. ផែនការនិងវិធានការ
៥. ផែនការនិងវិធានការ
៦. ការអភិវឌ្ឍន៍

VIII. ធនធានហិរញ្ញវត្ថុ -----

IX. ការត្រួតពិនិត្យនិងវាយតម្លៃ -----

X. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន -----

ឧបសម្ព័ន្ធ

មាតិកា

ទំព័រ

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

រដ្ឋមន្ត្រី
 ថ្ងៃទី ០៣ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ ២០១២
 ហ៊ុន សែន



ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍២០១២-២០២០

I. សេចក្តីផ្តើម

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

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

II. សភាពការណ៍ទេសចរណ៍

១- សភាពការណ៍ទេសចរណ៍ពិភពលោក

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

(៤) យោងតាមអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក ឆ្នាំ២០០៩ មានទេសចរចំនួន៨៥០លាននាក់ក្នុងសកលលោកទាំងមូល ដោយថយចុះ៥,៨% ដោយសារផលប៉ះពាល់ជាសំខាន់ពីវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច និងន្ទុកទេសចរណ៍ពិភពលោកប្រែប្រួលកើនឡើងនៅឆ្នាំ២០១០ ស្របនឹងការកើនឡើងវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច។



ជាសកល ដោយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ជាង៩៣៥លាននាក់កើនឡើង៦,៧%ធៀបនឹងឆ្នាំ២០០៩ ក្នុងនោះអាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក បានបង្ហាញអត្រាកំណើន១៤% ទ្វីបអាមេរិកកើន៨% ទ្វីបអឺរ៉ុបទទួលបាន កំណើន៣% ទ្វីបអាហ្វ្រិកកើន៩% និងមជ្ឈិមបូព៌ាកើន១៦%។ និន្នាការទេសចរណ៍ពិភពលោកបន្ត កើនឡើង៥%នៅឆ្នាំ២០១១ ហើយត្រូវបានព្យាករថានឹងឡើងដល់១ ៦០០លាននាក់នៅឆ្នាំ២០២០។

២- សភាពការណ៍ទេសចរណ៍តំបន់

(៥) តំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិកមានសញ្ញាកើនឡើងនៃទេសចរណ៍ ដោយសារកត្តាសំខាន់ៗជា ច្រើន ក្នុងការរក្សាលំនឹងទេសចរណ៍ ក្នុងនោះរួមមាន ចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងតំបន់ដោយហេតុថាតំបន់ អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិកមានប្រជាជនច្រើន គគ្លាបំផុតគ្រប់មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ និងស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចមានលំនឹង។

(៦) អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិកដែលមានការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍យ៉ាងខ្លាំងមួយនៃពិភពលោក។ ឆ្នាំ២០០៩ ទោះបីទទួលរងវិបត្តិនានាក៏ដោយ ក៏ទេសចរណ៍អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិកនៅបង្ហាញសញ្ញាវិជ្ជមាន ដោយសម្រេចបាន កំណើនទេសចរណ៍០,១៩% ជាមួយចំនួនទេសចរជាង៦៥លាននាក់។ ការធ្វើដំណើរនិងទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិកមានកំណើនគួរឲ្យកត់សម្គាល់ ដោយរួមចំណែកជាង៤៥% ហើយទេសចរអឺរ៉ុបរួមចំណែកបាន ប្រមាណ១០%នៃភ្ញៀវសរុបមកដល់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក។ ឆ្នាំ២០១០ អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិកសម្រេចបានកំណើនទេសចរណ៍ ប្រមាណជាង១០% ភាគច្រើនគឺសន្ទុះកើនឡើងនៃទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងនិងការមកដល់នៃភ្ញៀវចិន (៤,៥លាននាក់) កូរ៉េ(២,៨លាននាក់) និងជប៉ុន(២,៨លាននាក់)។

(៧) ដោយឡែក ឆ្នាំ២០១១ ទេសចរណ៍អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិកមានកំណើន៧,៤%ថែមទៀត ដោយមានទេសចរ មកដល់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិកចំនួនប្រមាណ៨១,២៣លាននាក់ ក្នុងនោះប្រិយណេទទួលបានទេសចរ០,២៦លាន កម្ពុជា២,៨៨លាន ឥណ្ឌូនេស៊ី៧,៦០លាន ឡាវ២,៧៦លាន ម៉ាឡេស៊ី២៤,៧លាន ភូមា០,៨១លាន ហ្វីលីពីន៣,៩២លាន សិង្ហបុរី១៣,២លាន ថៃ១៩,០៩លាន និងវៀតណាម៦,០១លាននាក់។

៣- សភាពការណ៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា

(៨) **កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** ទទួលរងឥទ្ធិពលនៃវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោក ការរីករាលដាលនៃជំងឺH1N1 និងវិបត្តិនយោបាយនៃប្រទេសជិតខាងក្នុងតំបន់កន្លងមក។ វិបត្តិទាំងនេះ ជាឧបសគ្គដែលកាត់បន្ថយកំណើនទេសចរណ៍កម្ពុជា ដែលធ្លាប់ទទួលបានកំណើនលេខពីរខ្ទង់ជាច្រើនឆ្នាំ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ក្រោមការដឹកនាំរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ការខិតខំប្រឹងប្រែងពីគ្រប់មជ្ឈដ្ឋាន ពិសេសការបន្តអនុវត្តយ៉ាងសកម្មនូវយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ "កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា" និងចលនា ប្រឡងប្រណាំង "ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ" ព្រមទាំងយុទ្ធសាស្ត្រគន្លឹះ៧ចំណុច នាំឲ្យ ទេសចរណ៍កម្ពុជា មិនគ្រាន់តែទប់ទល់បាននូវឥទ្ធិពលវិបត្តិកន្លងមកប៉ុណ្ណោះទេ គឺថែមទាំងជំរុញបាន ការរីកចម្រើន ថែមទៀតដោយសម្រេចបានកំណើនទេសចរណ៍ជិត២% ជាមួយចំនួនជាង២,១៦លាននាក់ ក្នុងឆ្នាំ២០០៩។



(៩) ឆ្នាំ២០១០ ទេស

ជាង២,៥លាននាក់ ក្នុងអត្រា មានចំនួន២,៨៨លាននាក់ ជិតខាងនិងក្នុងតំបន់មានស ឡើង១៩,៤% កូរ៉េកើនឡើង ៣៩,៣%។ ទេសចរមកពី ១៥% ផងដែរ បើទោះបីស្ថាន

(១០) ការមកដល់រប

និងខេត្តសៀមរាប។ និន្នាការ ក្នុងរយៈពេលជាបន្តបន្ទាប់នៃ មួយចំនួន)។ ទេសចរតាមផ្លូវ សញ្ញាវិជ្ជមានមួយទៀតរួមចំណែក

(១១) សកម្មភាពទេ

មានទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណ ដល់សកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចផ្ទៃក្នុង មានស្ថិរភាពនយោបាយ ស សេវាទេសចរណ៍ត្រូវបានរៀប រៀន ក៏បានបង្ហាញផងដែរនូវក សុខភាព។

(១២) ម្យ៉ាងទៀត

ទេសចរណ៍វប្បធម៌និងធម្មជាតិ ភាគនិរតី សហគមន៍ទេសចរ និងបង្ហាញច្បាស់អំពីកត្តាសន្តិ និន្នាការទេសចរណ៍កម្ពុជាមាន គ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធ និងស្របតាម កម្ពុជា។

៤- ចំណូលពីទេសចរណ៍

(១៣) វិស័យទេសចរណ៍

ដោយផ្ទាល់និងដោយប្រយោ លេដ្ឋកិច្ចតាមរយៈការចាក់បញ្ចូ

ឡើង៦,៧%ធៀបនឹងឆ្នាំ២០០៩
កើន៨% ទ្វីបអឺរ៉ុបទទួលបាន
ការទេសចរណ៍ពិភពលោកបន្ត
០លាននាក់នៅឆ្នាំ២០២០។

ដោយសារកត្តាសំខាន់ៗជា
ផ្នែកក្នុងតំបន់ដោយហេតុថាតំបន់
ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចមានលំនឹង។

មួយនៃពិភពលោក។ ឆ្នាំ២០០៩
វិជ្ជមាន ដោយសម្រេចបាន
ធ្វើដំណើរនិងទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង
យោងទៅលើការអភិវឌ្ឍន៍ចំណែកបាន
សម្រេចបានកំណើនទេសចរណ៍
ក្នុងនិងការមកដល់នៃភ្ញៀវចិន

%ថែមទៀត ដោយមានទេសចរ
ទទួលបានទេសចរ០,២៦លាន
ស៊ី២៨,៧លាន ភូមា០,៨១លាន
ម៉ុងហ្គោល០,០១លាននាក់។

លនៃវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោក
តំបន់កន្លងមក។ វិបត្តិទាំងនេះ
កំណើនលេខពីខ្ទង់ជាច្រើនឆ្នាំ។
ការខិតខំប្រឹងប្រែងពីគ្រប់មជ្ឈដ្ឋាន
ជាណាចក្រអធិប្បវេណី" និងចលនា
យុទ្ធសាស្ត្រគន្លឹះ៧ចំណុច នាំឲ្យ
ឈ្នះទេ គឺថែមទាំងជំរុញបាន
ជាមួយចំនួន២,១៦លាននាក់



(៩) ឆ្នាំ២០១០ ទេសចរណ៍កម្ពុជាបានបង្ហាញសន្ទុះរីកចម្រើន ដោយទទួលបានទេសចរអន្តរជាតិ
ជាង២,៥លាននាក់ ក្នុងអត្រាកំណើនប្រមាណ១៦%។ ឆ្នាំ២០១១ ទេសចរអន្តរជាតិមកទស្សនាកម្ពុជា
មានចំនួន២,៨៨លាននាក់ កើនឡើង១៤,៩%ថែមទៀត។ គួរកត់សម្គាល់ថា ទេសចរមកពីប្រទេស
ជិតខាងនិងក្នុងតំបន់មានសន្ទុះកើនឡើងខ្ពស់ រួមមានទេសចរវៀតណាមឈរក្នុងលំដាប់លេខ១ កើន
ឡើង១៩,៤% កូរ៉េកើនឡើង១៨,៣% ចិនកើនឡើង៣៩,២% ជប៉ុនកើនឡើង៦,៦% និងឡាវកើនឡើង
៣៩,៣%។ ទេសចរមកពីតំបន់ឆ្ងាយ ពិសេសទេសចរអឺរ៉ុបនៅតែបានបង្ហាញសញ្ញាកើនឡើងប្រមាណ
១៥% ផងដែរ បើទោះបីស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចអឺរ៉ុបនៅបន្តជួបការលំបាកនៅឡើយ។

(១០) ការមកដល់របស់ទេសចរតាមផ្លូវអាកាសបានកើនឡើងជាង១៣,៥% ទាំងរាជធានីភ្នំពេញ
និងខេត្តសៀមរាប។ និន្នាការកើនឡើងនៃការមកដល់តាមផ្លូវអាកាស បានលេចចេញជាបញ្ហាប្រឈម
ក្នុងរយៈពេលជាបន្តបន្ទាប់នេះ (អំពីការលំបាករកទិញសំបុត្រយន្តហោះមកកម្ពុជាតាមផ្លូវហោះហើរ
មួយចំនួន)។ ទេសចរតាមផ្លូវគោកនិងផ្លូវទឹកក៏បានបង្ហាញនូវកំណើនជាង១៦,៤%ផងដែរ ដែលនេះជា
សញ្ញាវិជ្ជមានមួយទៀតរួមចំណែកដល់កំណើនទេសចរណ៍កម្ពុជា។

(១១) សកម្មភាពទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកមានសន្ទុះកើនឡើងគួរកត់សម្គាល់។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០១១
មានទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណជាង៧,៩លាននាក់កើនឡើង៤% ដោយបានរួមចំណែកយ៉ាងមានឥទ្ធិពល
ដល់សកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចផ្ទៃក្នុង។ ការរីកចម្រើននៃទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកក៏កាន់តែបង្ហាញច្បាស់ថា កម្ពុជា
មានស្ថិរភាពនយោបាយ សន្តិសុខ សុវត្ថិភាព ប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធល្អប្រសើរ មេឃឹមដ្ឋាន
សេវាទេសចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំអភិវឌ្ឍ និងស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាមានលំនឹងល្អ។ ស្របនឹងស្ថានភាព
នេះ ក៏បានបង្ហាញផងដែរនូវកំណើនទេសចរកម្ពុជាទៅទស្សនាបរទេស ក្នុងនោះរួមមាន ទេសចរព្យាបាល
សុខភាព។

(១២) ម្យ៉ាងទៀត សកម្មភាពទេសចរណ៍ត្រូវបានពង្រីកវិសាលភាពនៅទូទាំងប្រទេសនិងតំបន់
ទេសចរណ៍វប្បធម៌និងធម្មជាតិ ក្នុងនោះតំបន់អេកូទេសចរណ៍នៅភាគឦសាន ជុំវិញបឹងទន្លេសាប និង
ភាគនិរតី សហគមន៍ទេសចរណ៍នៅតាមតំបន់ជនបទនិងតំបន់ព្រៃភ្នំ បានទាក់ទាញបង្កើនទេសចរផង
និងបង្ហាញច្បាស់អំពីកត្តាសន្តិសុខ សុវត្ថិភាពល្អ ក្នុងការទស្សនាព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាផងដែរ។ ជារួម
និន្នាការទេសចរណ៍កម្ពុជាមានកំណើនល្អប្រសើរបន្តទៅអនាគត ដោយមានការគាំទ្រពីរាជរដ្ឋាភិបាល
គ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធ និងស្របតាមបរិយាកាសសុខ សន្តិភាព ស្ថិរភាពនយោបាយ និងការអភិវឌ្ឍរបស់
កម្ពុជា។

៤- ចំណូលពីទេសចរណ៍

(១៣) វិស័យទេសចរណ៍ផ្តល់ផលប្រយោជន៍យ៉ាងច្រើនដល់សេដ្ឋកិច្ច សង្គម វប្បធម៌ និងបរិស្ថាន
ដោយផ្ទាល់និងដោយប្រយោល។ ទេសចរណ៍ គឺជាចលករដ៏សំខាន់មួយក្នុងការរួមចំណែកដ៏រុញ កំណើន
សេដ្ឋកិច្ចតាមរយៈការចាក់បញ្ចូលក្លាមៗនៃវិបបណ្ណបរទេស(ចំណូលពីទេសចរណ៍) ទៅក្នុងចន្លោះសេដ្ឋកិច្ច។



កម្ពុជា ដោយជំរុញសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច បង្កើនចំណែកនៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប(GDP) បង្កើតនិងបង្កើន ការងារ មុខរបរ ចំណូលប្រជាពលរដ្ឋ និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។

(១៤) ចំណូលទេសចរណ៍ វិវឌ្ឍន៍កម្រិតច្រើននៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាដែលជាសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ហើយ បង្កើតបានជាមេគុណប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ច ដោយបង្កើនថែមនូវបរិមាណចំណូល ហើយក្លាយជាប្រភព ទុនវិនិយោគសាធារណៈនិងឯកជនដ៏មានឥទ្ធិពល។ ទេសចរណ៍ គឺជាការនាំចេញដែលរួមចំណែក ទប់ទល់ការបាត់តុល្យភាពនៃជញ្ជីងពាណិជ្ជកម្មនិងការលើកកម្ពស់ភាពប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជា។

(១៥) ការសិក្សាបង្ហាញថា ទេសចរណ៍បាននាំមកនូវចំណូលប្រមាណ ១ ៧៨៦លានដុល្លារអាមេរិក (២០១០) និងប្រមាណ ១ ៨៥០លានដុល្លារ(២០១១) ក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា ដោយមានមេគុណប្រសិទ្ធភាព ចំនួន២។ ទិន្នន័យនេះបញ្ជាក់ថា ចំណូលពីទេសចរណ៍វិវឌ្ឍន៍កម្រិតច្រើនដោយបង្កើនបរិមាណ រហូតដល់ ៣ ៧០០លានដុល្លារអាមេរិកក្នុងប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ច។ ទិន្នន័យនេះ យើងក៏បានកត់សម្គាល់ផងដែរថា ចំណូល ពីទេសចរណ៍បានឆ្លាយចេញទៅវិញប្រមាណ២៥% ដែលភាគច្រើនផ្ដោតទៅលើការនាំចូល ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់ ការរីកលូតលាស់នៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍។ ការផ្ទុះឆ្លាយត្រូវបានកាត់បន្ថយតាមរយៈ ការបង្កើន ការ ផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលនិងសេវាក្នុងស្រុក ដូចជា បន្លែ ផ្លែឈើ ត្រី សាច់ គ្រឿងសង្ហារឹម កម្លាំង ពលកម្ម និង អ្នកជំនាញជាជនជាតិខ្មែរ។

(១៦) វិស័យទេសចរណ៍ ក៏បានផ្តល់ឱកាសការងារជាច្រើនដល់ប្រជាពលរដ្ឋ និងផ្តល់ប្រាក់ ចំណូលដែលជួយលើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅនិងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ ឆ្នាំ២០១១ ការងារទេសចរណ៍ ប្រមាណជាងបីសែននាក់ ហើយការងារដោយប្រយោលរាប់ម៉ឺននាក់ផ្សេងទៀត ត្រូវបានបង្កើតឡើងតាម រយៈវិស័យទេសចរណ៍។ និយោជិតទេសចរណ៍ម្នាក់អាចជួយចិញ្ចឹមគ្រួសារនៅជនបទប្រមាណ២៣នាក់។

III. ចក្ខុវិស័យ

(១៧) ចក្ខុវិស័យ គឺជាការជំរុញអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជា ដែលជាទេសចរណ៍វប្បធម៌និងធម្មជាតិ ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវនិងនិរន្តរភាព ដោយស្របយកផលប្រយោជន៍ពីវិស័យទេសចរណ៍ រួម ចំណែកកសាងសេដ្ឋកិច្ច សង្គម បង្កើនឱកាសការងារ និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ ក្នុងន័យនេះ ការ អភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ គឺត្រូវសម្រេចឲ្យបានទាំងបរិមាណនិងគុណភាព ត្រូវប្រើប្រាស់ឲ្យអស់លទ្ធភាពនូវ សក្តានុពលដែលមាន ប្រកបដោយមនសិការ និងត្រូវគោរពដល់តម្លៃវប្បធម៌ សង្គមជាតិទាំងមូល។ ភ្ជាប់ ជាមួយនេះ ត្រូវជំរុញឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែងនិងលើកកម្ពស់កិត្យានុភាពកម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិ តាមរយៈ ការធ្វើសមាហរណកម្មកម្ពុជាទៅក្នុងតំបន់និងអន្តរជាតិ ការប្រែក្លាយកម្ពុជាឲ្យទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍ "វប្បធម៌និងធម្មជាតិ" កម្រិតអន្តរជាតិប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ សុខសន្តិភាព សុវត្ថិភាព និងជាសក្តានុពល សម្រាប់ភ្ញៀវមកពីគ្រប់ទិសទីនៃពិភពលោក ព្រមទាំងការផ្តល់បរិយាកាសវិនិយោគប្រកបដោយភាព ជឿជាក់។ ព្រមជាមួយនេះ ការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ត្រូវធានាគ្រប់គ្រងទប់ស្កាត់ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាននៃ ទេសចរណ៍លើសេដ្ឋកិច្ច វប្បធម៌ សង្គម និងបរិស្ថាន។



(១៨) ទេសចរណ៍វប្ប ជំរុញអភិវឌ្ឍន៍ប្រភេទទេសចរណ៍ ទេសចរណ៍បែបកម្សាន្ត កីឡា ទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរ ទេសចរណ៍នានាដោយមាន

(១៩) ដើម្បីសម្រេច ជំរុញទាក់ទាញទេសចរអន្តរជា ទទួលស្គាល់ថា ជាគោលដៅ ទេសចរអន្តរជាតិ៧លាននាក់ ៥ ០០០លានដុល្លារអាមេរិក បានដល់១០ ០០០លានដុល្លា ក្នុងស្រុកសរុប ពិសេសគឺចំណូល

(២០) ដើម្បីធានាការ ដោយសមធម៌ជូនគ្រប់ផ្នែកព ជាមូលដ្ឋានសំខាន់ៗ៥យ៉ាង

- ១- ប្រកាន់ជំហរបើកទទួល មុខច្បាប់ និងប្រកាន់ និងសកម្មភាពទេសចរ
- ២- ជំរុញអនុវត្តយ៉ាងសក រយោបាយបើកចំហរ ជញ្ជូនទេសចរណ៍។
- ៣- លើកកម្ពស់កិត្យានុភាព អភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរ
- ៤- ជំរុញលើកទឹកចិត្តនិង ប្រជាពលរដ្ឋ ពិសេស នៃការអភិវឌ្ឍផង ការ ចំណាកស្រុក និងការ
- ៥- លើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាព ផលប្រយោជន៍ទេសចរ ប្រកបដោយគុណភាព

សរុប(GDP) បង្កើតនិងបង្កើន

ដែលជាសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ហើយ
ចំណូល ហើយក្លាយជាប្រភព
ជាការនាំចេញដែលរួមចំណែក
ក្នុងប្រព័ន្ធរបស់កម្ពុជា។

ណា ១ ៧៨៦លានដុល្លារអាមេរិក
ដោយមានមេគុណប្រសិទ្ធភាព
ដោយបង្កើនបរិមាណ រហូតដល់
នកត់សម្គាល់ផងដែរថា ចំណូល
ទៅលើការនាំចូល ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់
បន្ថយតាមរយៈ ការបង្កើន ការ
រៀនសូត្ររួម កម្លាំង ពលកម្ម និង

លំប្រជាពលរដ្ឋ និងផ្តល់ប្រាក់
ឆ្នាំ២០១១ ការងារទេសចរណ៍
ទៀត ត្រូវបានបង្កើតឡើងតាម
នៅជនបទប្រមាណ២៣នាក់។

ទេសចរណ៍វប្បធម៌និងធម្មជាតិ
យោងនឹងវិស័យទេសចរណ៍ រួម
ភាពក្រីក្រ។ ក្នុងន័យនេះ ការ
ត្រូវប្រើប្រាស់ឲ្យអស់លទ្ធភាពនូវ
វប្បធម៌ សង្គមជាតិទាំងមូល។ ភ្ជាប់
កម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិ តាមរយៈ
ទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍
និរន្តរ៍ សុវត្ថិភាព និងជាសក្តានុពល
កាសវិនិយោគប្រកបដោយភាព
បំណងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាននៃ



(១៨) ទេសចរណ៍វប្បធម៌ ត្រូវបានផ្តល់អាទិភាពខ្ពស់ក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា ទន្ទឹមនឹងការ
ជំរុញអភិវឌ្ឍប្រភេទទេសចរណ៍សមស្របផ្សេងៗទៀត ដូចជា អេកូទេសចរណ៍ ទេសចរណ៍ សហគមន៍
ទេសចរណ៍បែបកម្សាន្ត កីឡាទេសចរណ៍។ល។ ដើម្បីបម្រើផលប្រយោជន៍សង្គមទាំងមូល។ ការអភិវឌ្ឍ
ទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព គឺឆ្ពោះទៅរក "ទេសចរណ៍គុណភាព" គួបផ្សំការស្វាគមន៍ប្រភេទ
ទេសចរណ៍នានាដោយមានការគ្រប់គ្រង។

(១៩) ដើម្បីសម្រេចគោលដៅនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលបានកំណត់យកឆ្នាំ២០២០ជាឆ្នាំគោលដើម្បី
ជំរុញទាក់ទាញទេសចរអន្តរជាតិឲ្យមកទស្សនាកម្ពុជាឲ្យបានប្រមាណ៧លាននាក់ និងធ្វើឲ្យកម្ពុជាត្រូវបាន
ទទួលស្គាល់ថា ជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោកប្រកបដោយភាពកក់ក្តៅ។ សម្រេចបាន
ទេសចរអន្តរជាតិ៧លាននាក់នៅឆ្នាំ២០២០ នោះកម្ពុជានឹងអាចទទួលចំណូលពីទេសចរណ៍ប្រមាណជា
៥ ០០០លានដុល្លារអាមេរិក ហើយបើគិតមេគុណប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ច២ថែមទៀត ចំណូលនោះអាចកើន
បានដល់១០ ០០០លានដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំ។ ចំណូលនេះនឹងរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងកំណើនផលិតផល
ក្នុងស្រុកសរុប ពិសេសគឺចំណូល (ផ.ស.ស.) សម្រាប់ប្រជាជនម្នាក់ៗកើនឡើងបន្ថែមទៀត។

(២០) ដើម្បីធានាការប្តេជ្ញាចិត្តដ៏មុតមាំនេះ ពិសេសការធានាការបែងចែកផលទេសចរណ៍ប្រកប
ដោយសមធម៌ជូនគ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធ ក្នុងនោះជាសំខាន់គឺសំដៅដល់ប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជា គោលការណ៍គ្រឹះ
ជាមូលដ្ឋានសំខាន់ៗ៥យ៉ាងត្រូវបានគោរពប្រតិបត្តិរួមមាន៖

- ១- ប្រកាន់ជំហរបើកទូលាយការធ្វើធុរកិច្ចទេសចរណ៍ ដោយគាំទ្រការប្រកួតប្រជែងស្មើភាពចំពោះ
មុខច្បាប់ និងប្រកាន់ខ្ជាប់នូវគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ដើម្បីបង្កើនបរិយាកាស ធុរកិច្ច
និងសកម្មភាពទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាប្រកបដោយភាពទាក់ទាញនិងភាពកក់ក្តៅ។
- ២- ជំរុញអនុវត្តយ៉ាងសកម្មនូវគោលនយោបាយគាំទ្រនានាដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ពិសេសគោល
នយោបាយបើកចំហដើងមេឃ ផ្លូវទឹក និងផ្លូវគោក ដើម្បីបង្កើនការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹក
ជញ្ជូនទេសចរណ៍។
- ៣- លើកកម្ពស់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងរាជរដ្ឋាភិបាល និងផ្នែកឯកជន ដៃគូអភិវឌ្ឍ ដើម្បីជំរុញ
អភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍សម្រេចគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ។
- ៤- ជំរុញលើកទឹកចិត្តនិងបង្កលក្ខណៈងាយស្រួល ព្រមទាំងគាំទ្រការចូលរួមអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍របស់
ប្រជាពលរដ្ឋ ពិសេសប្រជាពលរដ្ឋសហគមន៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នានា ដើម្បីនិរន្តរភាព
នៃការអភិវឌ្ឍផង ការការពារផង និងការផ្តល់ផលប្រយោជន៍ បង្កើតការងារ កាត់បន្ថយការធ្វើ
ចំណាកស្រុក និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាជនផង។
- ៥- លើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តច្បាប់ ការប្រើប្រាស់មូលដ្ឋានគតិយុត្ត ដើម្បីធានាការពារ
ផលប្រយោជន៍ទេសចរណ៍ស្របច្បាប់របស់គ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងធានាការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា
ប្រកបដោយគុណភាព និរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ។



IV. គោលបំណងនិងគោលដៅ

(២១) ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍២០១២-២០២០ គឺជាឯកសារក្របខ័ណ្ឌផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររួម ដែលកំណត់អំពីចក្ខុវិស័យ គោលការណ៍ គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ វិធានការ និងផែនការសំខាន់ៗសម្រាប់គ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ។ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះក៏ត្រូវរៀបចំឲ្យមានសង្គតិភាពនិងភាពស្របគ្នាជាមួយគោលនយោបាយជាតិនានា ពិសេសគោលនយោបាយជាតិលើវិស័យទេសចរណ៍និងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។ ម្យ៉ាងទៀត ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ក៏ជាឯកសារគន្លឹះនិងជាផែនទីបង្ហាញផ្លូវក្នុងការឈានទៅសម្រេចគោលដៅនៃការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ដើម្បីរួមចំណែកដល់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។

(២២) ឯកសារផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ នឹងត្រូវបានប្រើប្រាស់ធ្វើជាមូលដ្ឋានក្នុងការវិភាគ និងការសម្រេចចិត្តនានា ពាក់ព័ន្ធនឹងការគ្រប់គ្រងនិងការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ក្នុងនោះក៏ជាមធ្យោបាយដើម្បីរៀបចំការចូលរួមគាំទ្រពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធរួមមាន ផ្នែកសាធារណៈ ផ្នែកឯកជន ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ និងប្រជាពលរដ្ឋ។

V. ការវិភាគយុទ្ធសាស្ត្រ

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

បញ្ហាប្រឈមនានាក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ត្រូវបានវិភាគ និងឆ្លុះបញ្ចាំងដូចខាងក្រោម៖

១- ផលិតផលទេសចរណ៍

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

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



(២៦) កត្តាធនធាន

ទ្រទ្រង់ដល់ការវិវត្តលទ្ធផលបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសដើម្បីត្រៀមទទួលទេសចរ ប្រមាណ៥០ម៉ឺននាក់បន្ថែមបានឡើយ គឺទាមទារនូវការ

(២៧) កត្តាថ្លៃកម្រិត

ខ្ពស់ជាងគេបំផុតនៅក្នុងតំបន់បណ្តាលមកពីកំណើនតម្រូវការប៉ះពាល់ពីអាជីវកម្មវិបាកដូចជា ប៉ះពាល់ប្រព័ន្ធអេកូឡូគីគ្រប់គ្រាន់នៃការផ្គត់ផ្គង់ទឹកការអភិវឌ្ឍអនាគត ពិសេសប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាននៅសេ

២- ការសិក្សាទីផ្សារ

(២៨) តាមលទ្ធផល

ហើយអ្នកទស្សនាលើសពីបានចំណែកអ្នកមកទស្សនានិងភ្ញៀវចាស់ៗ ករណីនេះសកម្មភាពទីផ្សារនៅមានកករណីនេះ ការធ្វើអង្កេតទេសនិងការមិនពេញចិត្ត ឬសំណួរ

(២៩) ការសិក្សាទីផ្សារ

និងប្រភេទ ឬតម្រូវការទីផ្សារមិនទាន់ចំគោលដៅទេសចរនៃផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធានផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាមានកម្រិតផងដែរ ដោយការពីគ្នា។

(៣០) សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ

ដែលបានប្រើប្រាស់។ ការ

0 គឺជាឯកសារក្របខ័ណ្ឌផែនការ
យុទ្ធសាស្ត្រ វិធានការ និងផែនការ
ដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុស
បន្ទាបជាមួយគោលនយោបាយជាតិ
ស្តីពីទេសចរណ៍។ ម្យ៉ាងទៀត
នីតិវិធីបង្ហាញផ្លូវក្នុងការឈានទៅ
កិរិយាសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងការកាត់

ផ្ទៃជាមូលដ្ឋានក្នុងការវិភាគ និងការ
ម្តុំជាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ក្នុង
មាន ផ្នែកសាធារណៈ ផ្នែកឯកជន

ឡើងឥតឈប់ឈរ ក្រោមពន្លឺ
និងការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ
ការអភិវឌ្ឍតែងតែជួបបញ្ហាប្រឈម
និងការដោះស្រាយឲ្យបានទាន់

ឆ្លុះបញ្ចាំងដូចខាងក្រោម៖

ស្រ័យលើផលិតផលទេសចរណ៍
នៃនិន្នាការនេះនឹងប្រែប្រួលនៅថ្ងៃ
សំ ប្រសិនបើការរៀបចំអភិវឌ្ឍ
ទេសចរណ៍វិវត្តប្រែប្រួល ហើយ
ផ្នែកខ្លាំងលើផលិតផលទេសចរណ៍
យ។

ប្រវែងថយចុះ ដែលជាឧបសគ្គ
ផលិតផលទេសចរណ៍ ការអនុវត្ត
កត្តាទាំងនេះ អាចជះឥទ្ធិពល



(២៦) កត្តាធនធានមនុស្សផ្នែកទេសចរណ៍ ពិសេសផ្នែកជំនាញនៅខ្វះខាតច្រើនដើម្បីបម្រើនិង
ទ្រទ្រង់ដល់ការរីកលូតលាស់នៃវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ កម្ពុជាពុំទាន់មានសាលា
បណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍គ្រប់គ្រាន់នៅឡើយ សម្រាប់ការរៀបចំធនធានមនុស្សនាថ្ងៃអនាគត
ដើម្បីត្រៀមទទួលទេសចរណ៍លាននាក់ ដែលទាមទារនូវកម្លាំងពលកម្មប្រកបដោយជំនាញយ៉ាងតិច ក៏
ប្រមាណ៥០ម៉ឺននាក់បន្ថែម។ ការប្រែក្លាយបុគ្គលម្នាក់ៗឲ្យទៅជាអ្នកជំនាញ មិនអាចធ្វើរយៈពេលខ្លី
បានឡើយ គឺទាមទារនូវការត្រៀមលក្ខណសម្បត្តិគ្រប់យ៉ាងជាមុន។

(២៧) កត្តាថ្លៃកំចាត់ជាបញ្ហាផងដែរ ក្នុងនោះថ្លៃធ្វើដំណើរតាមផ្លូវអាកាស គឺត្រូវបានចោទថា
ខ្ពស់ជាងគេបំផុតនៅក្នុងតំបន់។ ការកើនថ្លៃតាមតម្រូវការនៃរដូវកាលគឺបានចោទជាបញ្ហា ក្នុងនោះ
បណ្តាលមកពីកំណើនតម្រូវការច្រើនជាងការផ្គត់ផ្គង់ ពិសេសនៅតាមរដូវកាលទេសចរណ៍នីមួយៗ។
ការប៉ះពាល់ពីអាជីវកម្មវេប៊ីការបូមយកខ្សាច់ចូលសកម្រិត អាចបណ្តាលឲ្យប៉ះពាល់ដល់ផលិតផលទេសចរណ៍
ដូចជា ប៉ះពាល់ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី ការបំពុលបរិស្ថាន ឬការខានដោយសំឡេង។ ម្យ៉ាងទៀតភាពមិន
គ្រប់គ្រាន់នៃការផ្គត់ផ្គង់ទឹកស្អាតនិងថាមពលអគ្គិសនីនៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍ គឺជាបញ្ហាប្រឈមចំពោះ
ការអភិវឌ្ឍអនាគត ពិសេសតំបន់សៀមរាប ដែលភាគច្រើនប្រភពទឹកត្រូវបានបូមយកពីក្នុងដី ដែលអាច
ប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាននៅសៀមរាប ពិសេសអាចប៉ះពាល់ដល់គ្រឹះប្រាសាទអង្គរ។

២- ការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយ

(២៨) តាមលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ ទេសចរអន្តរជាតិមកកម្ពុជាភាគច្រើន(៨០%) ទស្សនាមួយដង
ហើយអ្នកទស្សនាលើសពីមួយដងមាន២០%។ នេះជាបញ្ហាប្រឈមមួយព្រោះថា បើយើងរក្សា
បានចំណែកអ្នកមកទស្សនាច្រើនដងនោះ កំណើនទេសចរកើនរហ័សដោយការបញ្ចូលគ្នារវាងភ្ញៀវថ្មី
និងភ្ញៀវចាស់។ ករណីនេះអាចបណ្តាលមកពីផលិតផលទេសចរណ៍ សេវា ឬមកពីការផ្សព្វផ្សាយ និង
សកម្មភាពទីផ្សារនៅមានកម្រិត ដែលមិនអាចទាក់ទាញការទស្សនាច្រើនដងបាន។ ដើម្បីដឹងច្បាស់ពី
ករណីនេះ ការធ្វើអង្កេតទេសចរណ៍ជាប្រការចាំបាច់ក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានពីទេសចរ អំពីភាពទាក់ទាញចិត្ត
និងការមិនពេញចិត្ត ឬសំណូមពរនានារបស់ភ្ញៀវ។

(២៩) ការសិក្សាទីផ្សារទេសចរណ៍នៅមានកម្រិត ដោយមិនទាន់អាចវិភាគបានលម្អិតពីចំណែក
និងប្រភេទ ឬតម្រូវការទីផ្សារថ្មីៗដែលរះឡើង។ ភាពខ្វះខាតនេះបានរុញឲ្យការផ្សព្វផ្សាយរបស់កម្ពុជា
មិនទាន់ចំគោលដៅទេសចរណ៍ទាំងស្រុង និងចូលជ្រៅទៅក្នុងទីផ្សារថ្មីៗដែលរះឡើង។ ភាពមានកម្រិត
នៃផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធានមនុស្ស ក៏ចូលរួមចំណែកផងដែរដល់កម្រិតកំណត់នៃការសិក្សាទីផ្សារ និង
ផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ម្យ៉ាងទៀត ការចូលរួមរបស់ផ្នែកឯកជនក្នុងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយក៏នៅ
មានកម្រិតផងដែរ ដោយភាគច្រើនផ្នែកឯកជន និងផ្នែកសាធារណៈ ធ្វើសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយដោយឡែក
ពីគ្នា។

(៣០) សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ នៅមានកម្រិតទាំងបរិមាណនិងគុណភាព ព្រមទាំងការលា
ដែលបានប្រើប្រាស់។ ការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានត្រូវបានខិតខំជំរុញ តែនៅមិនទាន់



អាចប្រកួតប្រជែងជាមួយតំបន់និងអន្តរជាតិបានខ្លាំង។ កម្ពុជាពុំទាន់មានស្ថានភាពទេសចរណ៍នៅតាមទីផ្សារទេសចរណ៍អាទិភាពនៅឡើយ គ្រាន់តែមានតំណាងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ នៅតាមទីផ្សារខ្លះ ដោយប្រើប្រាស់តំណាងផ្នែកកងកម្ម។

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

៣- ការតភ្ជាប់និងសម្រួលការធ្វើដំណើរ

(៣២) យើងនៅជួបបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួននៅក្នុងការតភ្ជាប់និងសម្រួលការធ្វើដំណើរដែលជាឧបសគ្គដល់លំហូរទេសចរ ទោះបីយើងបានខិតខំយ៉ាងច្រើនលើកិច្ចការនេះ។ នៅក្នុងអាស៊ាន កម្ពុជាមិនទាន់មានការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសជាមួយគ្រប់ប្រទេសនៅឡើយ។ បើយើងមានការតភ្ជាប់ល្អ យើងអាចទាក់ទាញទេសចរដោយផ្ទាល់ពីប្រភពទីផ្សារទាំងនេះ ពិសេសឥណ្ឌូនេស៊ីនិងហ្វីលីពីន ដែលមានប្រជាជនសរុបប្រមាណ៣០០លាននាក់។ កម្ពុជាពុំទាន់មានការហោះហើរជាប្រចាំមកពីជប៉ុន ដែលជាប្រភពទេសចរណ៍ធំក្នុងតំបន់ដែលមានទេសចរជប៉ុនចេញក្រៅប្រទេសប្រមាណ២០លាននាក់ក្នុង១ឆ្នាំ ហើយការតភ្ជាប់ជាមួយឥណ្ឌា អាវ៉ាប៊ី និងស៊ីហ្គេតនិងកំពុងធ្វើទំនាក់ទំនងតែមិនទាន់មានការហោះហើរនៅឡើយ។

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

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

(៣៥) ការហោះហើរត្រង់របស់អាកាសចរណ៍បារាំងមកកម្ពុជា គឺជាការតភ្ជាប់ផ្លូវឆ្ងាយ។ ប៉ុន្តែដើម្បីធានាសម្រេចគម្រោងនេះនិងធានានិរន្តរភាពនៃការហោះហើរ ការរួមគ្នាផ្នែកទីផ្សារនិងការផ្សព្វផ្សាយត្រូវសកម្មឡើងដើម្បីទាក់ទាញទេសចរបន្ថែមតាមរយៈអាកាសចរណ៍បារាំងនេះ។



(៣៦) ការដឹកជញ្ជូនចក្ខុវិស័យនៃចំនួនទេសចរណ៍ករណីនេះ បង្ហាញច្បាស់ដែលមានប្រមាណតែ១៥០០ ពីមួយលាននាក់ឡើយ (មិនគិតពីមូលនិធិទេសចរណ៍)។

(៣៧) ឈរលើមូលដ្ឋានតាមផ្លូវអាកាសពិតជាជួយនូវហោះប្រញាប់ប្រញាល់ករណីនេះធ្លាប់បានកើតមានពេលយ៉ាងតិច៦ខែមុនដើម្បី

(៣៨) ភាពមានកម្រិតការផ្គត់ផ្គង់ ហើយជំរុញឲ្យកាត់បន្ថយលំហូរទេសចរផ្សេងៗក្នុងព្រលានយន្តហោះ

(៣៩) ការដោះស្រាយដើម្បីបង្កើនការហោះហើរទៅតំបន់។ ម្យ៉ាងទៀត សមាគមពិសេស អាកាសចរណ៍ជាតិ

(៤០) ព្រលានយន្តហោះតភ្ជាប់ខេត្តសៀមរាបនិងខេត្តតែការហោះហើរតភ្ជាប់នៅចំពោះគម្រោងកសាងព្រលានតំបន់ផ្សេងៗជាមួយតំបន់ធ្វើប្រៀបខ្លាំងជាង ដោយមានអាចមានការស្នើបន្ថែមផ្លូវហោះរបស់កម្ពុជា ដែលអាចបង្កជា

(៤១) ច្រកទ្វារព្រំបានសមស្រប ទាំងផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចដំណើរ កន្លែងធ្វើការសកម្មភាពផ្គត់ផ្គង់អគ្គិសនី។ល។

មានស្ថានភាពទេសចរណ៍នៅ
រដ្ឋាភិបាលទេសចរណ៍ នៅតាមទីផ្សារ

ទោះបីមិនទាន់ខ្លាំងក្លានិងមិនទាន់
រួចហើយ ប៉ុន្តែតំបន់ជាច្រើនទៀត
នៅទេសចរណ៍។ ការផ្សព្វផ្សាយ
លំដឹង ដូចជា ស្ប៉តចម្រៀងឬតន្ត្រី
ផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកនៅ

និងសម្រួលការធ្វើដំណើរដែលជា
នេះ។ នៅក្នុងអាស៊ាន កម្ពុជាមិន
យ៉ាងមានការតភ្ជាប់ល្អ យើងអាច
នេស៊ីនិងហ្វីលីពីន ដែលមាន
ហើរជាប្រចាំមកពីដំបូន ដែលជា
ទេសប្រមាណ២០លាននាក់ក្នុង
កំឡុងពេលមិនទាន់មានការហោះ

ភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាស។ ជារួមមាន
ផ្សារទេសចរណ៍ឆ្ងាយៗ (ទើបមាន
កាសចរណ៍ជាតិទើបបង្កើតឡើង
និងថ្លៃខ្ពស់រៀបរៀងប្រទេស

នាការពិចារណាច្រើន ព្រោះថា
សចរណ៍ធំៗបាននិងកំពុងប្រតិបត្តិ
នាកម្រិតរបស់ព្រលានយន្តហោះ

ជាការតភ្ជាប់ផ្លូវគោល ប៉ុន្តែដើម្បី
ផ្នែកទីផ្សារនិងការផ្សព្វផ្សាយត្រូវ
នេះ។



(៣៦) ការដឹកជញ្ជូនទេសចរចូលតាមផ្លូវអាកាស គឺនៅមានកម្រិត មិនអាចឲ្យកម្ពុជាសម្រេច
ចក្ខុវិស័យនៃចំនួនទេសចរ៤,៥លាននាក់ក្នុងឆ្នាំ២០១៥ឬ៧លាននាក់ក្នុងឆ្នាំ២០២០បានឡើយ។
ករណីនេះ បង្ហាញច្បាស់តាមការវិភាគនៃកម្រិតសមត្ថភាពផ្ទុកនៃជើងយន្តហោះទាំងអស់មកកម្ពុជា
ដែលមានប្រមាណតែ១៥០ជើងក្នុងមួយសប្តាហ៍ក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន។ ចំនួននេះអាចផ្ទុកទេសចរមិនលើស
ពីមួយលាននាក់ឡើយ (មិនគិតអ្នកដំណើរទូទៅផ្សេងទៀត)ក្នុង១ឆ្នាំ។

(៣៧) ឈរលើមូលដ្ឋាននេះ បើគ្មានការបន្ថែមជើងយន្តហោះមកកម្ពុជានោះ លំហូរទេសចរ
ចូលតាមផ្លូវអាកាសពិតជាដល់កម្រិតកំណត់មិនកើនឡើង។ យើងមិនទាន់គិតដល់កត្តាថ្លៃខ្ពស់នៃសំបុត្រ
យន្តហោះឬបញ្ហាប្រឈមនានារួមមាន ការពិបាករកជើងយន្តហោះឲ្យត្រូវនឹងតម្រូវការទេសចរ។
ករណីនេះធ្លាប់បានកើតមានជាច្រើនចំពោះទេសចរ ដែលតម្រូវឲ្យកកសំបុត្រយន្តហោះមកកម្ពុជា រយៈ
ពេលយ៉ាងតិច២ខែមុនដើម្បីបានជើងយន្តហោះនិងថ្លៃសំបុត្រសមស្រប។

(៣៨) ភាពមានកម្រិតនៃការហោះហើរនេះ បណ្តាលឲ្យកើតមានបញ្ហាតម្រូវការកើនខ្ពស់ជាង
ការផ្គត់ផ្គង់ ហើយជំរុញឲ្យថ្លៃនៃការធ្វើដំណើរតាមផ្លូវអាកាសកើនឡើង ដែលបង្កជាឧបសគ្គមួយទៀត
កាត់បន្ថយលំហូរទេសចរ។ កត្តាថ្លៃនេះក៏ត្រូវបានចោទផងដែរអំពីការយកថ្លៃខ្ពស់នៃការចុះចត ឬពន្ធ
ផ្សេងៗក្នុងព្រលានយន្តហោះ ឬការហោះហើរនៅក្នុងកម្ពុជាដែលត្រូវពិនិត្យពិចារណាឡើងវិញ។

(៣៩) ការដោះស្រាយបញ្ហាខាងលើ អាចពឹងផ្អែកលើការបង្កើនសមត្ថភាពនៃអាកាសចរណ៍ជាតិ
ដើម្បីបង្កើនការហោះហើរទាំងក្នុងស្រុកនិងអន្តរជាតិ ពិសេសបង្កើនកម្លាំងប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជាក្នុង
តំបន់។ ម្យ៉ាងទៀត សមាគមអាកាសចរណ៍កម្ពុជាត្រូវបង្កើតឡើង ដែលករណីនេះផ្នែកឯកជនជាអ្នករៀបចំ
ពិសេស អាកាសចរណ៍ជាតិជាគោល និងការជួយជំរុញពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។

(៤០) ព្រលានយន្តហោះខេត្តព្រះសីហនុស្តាររួចហើយ និងមានដំណើរការហោះហើរជាប្រចាំ
តភ្ជាប់ខេត្តសៀមរាបនិងខេត្តព្រះសីហនុ ដោយក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ជាតិ។ តម្រូវការទេសចរណ៍មាន
តែការហោះហើរតភ្ជាប់នៅមានកម្រិត។ នេះជាបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់កម្ពុជា ព្រោះថា (១)ការចាប់អារម្មណ៍
ចំពោះគម្រោងកសាងព្រលានយន្តហោះបន្ថែមក្នុងកម្ពុជាអាចថយចុះ (២)យុទ្ធសាស្ត្រតភ្ជាប់អង្គរឬ
តំបន់ផ្សេងៗជាមួយតំបន់ឆ្នេរមានកម្រិត។ (៣)គោលដៅទេសចរណ៍នៃប្រទេសជិតខាង នៅតែមាន
ប្រៀបខ្លាំងជាង ដោយមានការតភ្ជាប់តំបន់ឆ្នេររបស់គេ ជាមួយអង្គរតាមផ្លូវអាកាសច្រើន។ អនាគត
អាចមានការស្នើបន្ថែមផ្លូវហោះហើរ តភ្ជាប់អង្គរជាមួយតំបន់កោះនានា ដែលនៅមិនឆ្ងាយពីតំបន់ឆ្នេរ
របស់កម្ពុជា ដែលអាចបង្កជាបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរកម្ពុជាយ៉ាងពិតប្រាកដ។

(៤១) ច្រកទ្វារព្រំដែនអន្តរជាតិត្រូវបានអភិវឌ្ឍប្រសើរឡើង តែមួយចំនួននៅពុំទាន់រៀបចំ
បានសមស្រប ទាំងផ្នែកសម្បទា ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងសេវាបដិសណ្ឋារកិច្ច ដូចជា មិនទាន់មានអគារ
អ្នកដំណើរ កន្លែងធ្វើការសមរម្យរបស់សមត្ថកិច្ច មណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ ការខ្វះទឹកស្អាត និង
ការផ្គត់ផ្គង់អគ្គិសនី។ ករណីខ្លះនៅមានបញ្ហាចោទឡើងអំពីការគ្មានសណ្តាប់ធ្នាប់ផ្នែកអចរណ៍



ការចោទអំពីការយកថ្លៃទិដ្ឋាការលើសការកំណត់ ការបន្លំអំពីអត្រាប្តូរប្រាក់ដោយក្រុមជនខិលខូចៗ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏បាតុភាពអសកម្មទាំងនេះ បានត្រូវកាត់បន្ថយច្រើនដោយការខិតខំប្រឹងប្រែង អនុវត្តពីសំណាក់សមត្ថកិច្ចគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ ពិសេសក្រោមយន្តការគណៈកម្មការអន្តរក្រសួង ហើយ បញ្ហាខ្វះខាតសម្បទាទេសចរណ៍មួយចំនួន គឺដោយកត្តាសត្យានុម័ត ដោយសារតំបន់ថ្មីទាំងនោះ ទើបត្រូវបានអភិវឌ្ឍ។

(៤២) បញ្ហាសំខាន់មួយទៀតគឺ ការមិនទាន់រលូនទាំងស្រុងនៃការឆ្លងកាត់ព្រំដែននៃរថយន្ត ទេសចរណ៍លក្ខណៈឯកជន(គ្រួសារ) ដោយតម្រូវឲ្យមានបែបបទច្រើន ដូចជា ការតម្រូវឲ្យមាននិម្មិតធានា ជាប្រាក់នៅច្រកព្រំដែន ហើយបើចូលតាមច្រកណា ត្រូវត្រឡប់ទៅចេញតាមច្រកនោះវិញ ដែលផ្ទុយនឹង និន្នាការរីកចម្រើននៃទេសចរណ៍ និងការសម្រួលការធ្វើដំណើរ។ ករណីនេះ យើងបានពិនិត្យ ពិភាក្សា និងរកដំណោះស្រាយជាបន្តបន្ទាប់ដោយរួមគ្នាពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។

៤- សុវត្ថិភាពទេសចរណ៍និងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន

(៤៣) ជារួម កម្ពុជាត្រូវបានទទួលស្គាល់ថា ជាគោលដៅទេសចរណ៍ប្រកបដោយ សុខ សុវត្ថិភាពល្អ នៅទូទាំងប្រទេស។ យ៉ាងណាក៏ដោយ ករណីអសកម្មមួយចំនួននៅមានកើតឡើង ដែលត្រូវបន្តខិតខំ ដោះស្រាយ ដូចជាសកម្មភាពលួច ឆក់ខ្លះ ការបាត់របស់ភ្ញៀវនៅក្នុងមូលដ្ឋានស្នាក់នៅ ឬករណីបោកបន្លំ ភ្ញៀវដោយបង្ខំឲ្យប្រើប្រាស់មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន ឬទិញទំនិញនានា ឬការយកកម្រៃជើងសាហូសហេតុ។

(៤៤) សុវត្ថិភាពចំណីអាហារក៏នៅចោទជាបញ្ហាប្រឈមផងដែរ ដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ដោះស្រាយ ដោយជំរុញលើកកម្ពស់អនាម័យ ម្ហូបអាហារ ការលក់ម្ហូបតាមទីសាធារណៈ។ ត្រូវពង្រឹងប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យ ស្តង់ដារម្ហូបអាហារ ដើម្បីបង្ការនិងទប់ស្កាត់ការរីករាលដាលនៃជំងឺឆ្លងផ្សេងៗដែលអាចចម្លងមកពី ទេសចរផងដែរ។

(៤៥) ប្រព័ន្ធប្រឡាយសង្គ្រោះក្នុងករណីទេសចរជួបគ្រោះថ្នាក់នៅមានកម្រិត ពិសេសនៅតាម គោលដៅទេសចរណ៍ឆ្ងាយៗក្នុងតំបន់ព្រៃឫស្សីសែនសមុទ្រ។ ទោះបីកម្ពុជា មិនដែលជួបបញ្ហាធ្ងន់ធ្ងរទាំងនេះ ក៏ដោយ តែយើងត្រូវត្រៀមលក្ខណសម្បត្តិគ្រប់យ៉ាងជាមុន ដើម្បីដោះស្រាយក្នុងករណីកើតមានបញ្ហា។

✚ (៤៦) ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ គឺជៀសមិនផុតពីការកើនឡើងនូវទម្រង់នៃការជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមាន នៃវិស័យទេសចរណ៍ ឬលើវិស័យទេសចរណ៍ដែលជាបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់កម្ពុជា។ ជ្រកក្រោមស្លាក ទេសចរណ៍ សកម្មភាពអវិជ្ជមានមួយចំនួនអាចបង្កឲ្យមានអំពើពេស្យាចារ ការធ្វើអាជីវកម្មផ្លូវភេទ ការជួញដូរមនុស្ស (ពិសេសស្ត្រីនិងកុមារ) ចរាចរនិងប្រើប្រាស់គ្រឿងញៀន។ ឬសកម្មភាពខុសច្បាប់ ផ្សេងៗ ដែលទាំងនេះជាបញ្ហាប្រឈមត្រូវទប់ស្កាត់ឲ្យបានដើម្បីកុំឲ្យខូចកិត្តិនាមនៃគោលដៅទេសចរណ៍ របស់កម្ពុជា។ យើងត្រូវបន្តរួមគ្នាប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងសកម្មភាពអសកម្មទាំងនេះ ហើយជំនួសស្ត្រី ផ្ដន្ទាទោសតាមច្បាប់ជាធរមាន។



(៤៧) កត្តាផ្ទះឆ្ងាយដល់ បណ្តាលមកពីការនាំចូលទំនិញ ចេញទៅវិញច្រើននៃរូបិយប័ណ្ណ គ្មាននិរន្តរភាពព្រោះថា ពលរដ្ឋ កម្ពុជាឆ្ងាយចេញទៅក្រៅវិញ ឡើងវិញ បើយើងឈប់ពីង ផលិតបាន។

៥- ច្បាប់និងយន្តការ

(៤៨) ភាពមានកម្រិត បណ្តាលឲ្យកើតមានបញ្ហាប្រឈម ប្រកួតប្រជែងក្នុងអាជីវកម្មទេសចរណ៍ ដណ្តើមសិទ្ធិផ្តាច់មុខគ្រប់គ្រង ដីឆ្នេរប្រតំបន់ទេសចរណ៍ខុស ស្រាយបញ្ហាទាំងអស់នេះ ទេសចរណ៍និងបទដ្ឋានគតិយុត្តិ

- (៤៩) ហានិភ័យផ្សេងៗ
- ការធ្វើអាជីវកម្មដី តំបន់ទេសចរណ៍
 - ការបំពុលបរិស្ថាន និងការគ្រប់គ្រង និងការប្តូរទឹកប្រៃ
 - គម្រោងវិនិយោគ
 - ការប្រមូលផ្តុំទេស បណ្តាលឲ្យប៉ះពាល់
 - ការរត់តាមតម្រូវ ទេសចរណ៍ និង
 - ការគ្រប់គ្រងមិន មិនបានល្អ។
 - ប្រជាពលរដ្ឋក្នុង គ្មាននិរន្តរភាព។
 - ការប្រែប្រួលអាកាស អវិជ្ជមានដល់ការ

ប្រាក់ដោយក្រុមជនខ្ជិលខ្ជួច។ ល។
ន្តយច្រើនដោយការខិតខំប្រឹងប្រែង
គណៈកម្មការអន្តរក្រសួង ហើយ
មិត្ត ដោយសារតំបន់ថ្មីទាំងនោះ

បងនៃការឆ្លងកាត់ព្រំដែននៃរថយន្ត
ដូចជា ការតម្រូវឲ្យមាននិមុត្តិធានា
តាមច្រកនោះវិញ ដែលផ្ទុយនឹង
ណីនេះ យើងបានពិនិត្យ ពិភាក្សា

ណ៍ប្រកបដោយ សុខ សុវត្ថិភាពល្អ
មានកើតឡើង ដែលត្រូវបន្តខិតខំ
មូលដ្ឋានស្នាក់នៅ ឬករណីបោកបន្លំ
ការយកកម្រៃជើងសាហូសហេតុ។

ដរ ដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ដោះ
សាធារណៈ។ ត្រូវពង្រឹងប្រព័ន្ធត្រួត
ជំងឺឆ្លងផ្សេងៗដែលអាចចម្លងមកពី

ក្នុងនោះមានកម្រិត ពិសេសនៅតាម
មិនដែលជួបបញ្ហាធ្ងន់ធ្ងរទាំងនេះ
ស្រាយក្នុងករណីកើតមានបញ្ហា។

នូវទម្រង់នៃការជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមាន
សម្រាប់កម្ពុជា។ ជ្រកក្រោមស្លាក
ស្សាចារ ការធ្វើអាជីវកម្មផ្លូវភេទ
ញៀន។ ឬសកម្មភាពខុសច្បាប់
ខូចកិត្តិយសនៃគោលដៅទេសចរណ៍

កម្ពុជាទាំងនេះ ហើយជនល្មើសត្រូវ

(៤៧) កត្តាឆ្លុះឆ្លាយសេដ្ឋកិច្ចជាបញ្ហាប្រឈមចម្បងមួយ ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច ដែលការឆ្លុះឆ្លាយភាគច្រើន
បណ្តាលមកពីការនាំចូលទំនិញ សម្ភារៈ និងកម្លាំងពលកម្មដើម្បីបម្រើឲ្យការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍។ ការត្រឡប់
ចេញទៅវិញច្រើននៃរូបិយប័ណ្ណបរទេស(ចំណូលពីទេសចរណ៍) អាចជំរុញឲ្យការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា
គ្មាននិរន្តរភាពព្រោះថា ពលរដ្ឋក្នុងស្រុកទទួលបានផលទេសចរណ៍តិចតួច។ តាមការសិក្សាចំណូលពីទេសចរណ៍
កម្ពុជាឆ្លាយចេញទៅក្រៅវិញប្រមាណ២៥%នៃចំណូលសរុប។ ប៉ុន្តែនិន្នាការនេះអាចនឹងប្រែប្រួលប្រសើរ
ឡើងវិញ បើយើងឈប់ពឹងផ្អែកលើការនាំចូលពីបរទេស ដូចជាបន្លែ ផ្កា ឬសាច់ ដែលយើងអាច
ផលិតបាន។

៥- ច្បាប់និយមន្ត្រីការគ្រប់គ្រង

(៤៨) ភាពមានកម្រិតនៃមូលដ្ឋានគតិយុត្ត ផែនការ និងការអនុវត្ត គឺជាផ្នែកដ៏សំខាន់អាច
បណ្តាលឲ្យកើតមានបញ្ហាប្រឈមដែលមិនអាចគ្រប់គ្រងបាននៅថ្ងៃអនាគត។ បញ្ហាទាំងនេះរួមមាន ការ
ប្រកួតប្រជែងក្នុងអាជីវកម្មទេសចរណ៍មិនយុត្តិធម៌ ភាពអនាធិបតេយ្យនៃប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍ ការ
ដណ្តើមសិទ្ធិផ្តាច់មុខគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ ដោយរំលោភលើសហគមន៍មូលដ្ឋាន ការកាន់កាប់
ដីឆ្នេរប្រតំបន់ទេសចរណ៍ខុសច្បាប់ ការរត់ប្រណាំងទៅរកតម្រូវការទេសចរណ៍ហួសហេតុ។ ដើម្បីដោះ
ស្រាយបញ្ហាទាំងអស់នេះ យើងត្រូវពង្រីកយន្តការគ្រប់គ្រងនិងប្រព័ន្ធច្បាប់បន្ថែមទៀត ក្រៅពីច្បាប់
ទេសចរណ៍និងបទដ្ឋានគតិយុត្តជាធរមាន។

(៤៩) ហានិភ័យផ្សេងៗទៀតត្រូវបានមើលឃើញ និងទាមទារការដោះស្រាយរួមមាន៖

- ការធ្វើអាជីវកម្មរ៉ាំរ៉ៃមួយចំនួន ការប្តូរខ្យល់ហួសកម្រិត អាចប៉ះពាល់ធ្ងន់ធ្ងរដល់បរិស្ថាន និង
តំបន់ទេសចរណ៍។
- ការបំពុលបរិស្ថានដោយកាកសំណល់រឹងនិង/ឬរាវ ការខ្វះខាតប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ
និងការគ្រប់គ្រងភាពមិនគ្រប់គ្រាន់នៃការផ្គត់ផ្គង់ទឹកស្អាត នាំឲ្យប៉ះពាល់តំបន់ទេសចរណ៍
និងការប្តូរទឹកហួសកម្រិតពីក្នុងដី។
- គម្រោងវិនិយោគខ្លះទទួលបានការអនុញ្ញាត តែមិនមានសកម្មភាពអភិវឌ្ឍ។
- ការប្រមូលផ្តុំទេសចរច្រើនពេកនៅកន្លែងតែមួយ ដោយគ្មានការរៀបចំបានត្រឹមត្រូវ អាច
បណ្តាលឲ្យប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាន សង្គម សម្បត្តិវប្បធម៌ និងធនធានធម្មជាតិ។
- ការរត់តាមតម្រូវការទេសចរណ៍ខ្លាំងពេកនាំឲ្យប៉ះពាល់ដល់គោលដៅទេសចរណ៍ ផលិតផល
ទេសចរណ៍ និងការធ្លាក់ចុះគុណភាពទេសចរណ៍។
- ការគ្រប់គ្រងមិនបានល្អ ខ្វះធនធានមនុស្សបណ្តាលឲ្យការគ្រប់គ្រងសកម្មភាពទេសចរណ៍
មិនបានល្អ។
- ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងស្រុកមិនទទួលបានផលប្រកបដោយសមធម៌ នាំឲ្យការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍
គ្មាននិរន្តរភាព។
- ការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ គ្រោះធម្មជាតិ ជំងឺឆ្លង ភេរវកម្ម ក៏អាចជាឧទាហរណ៍នៃឥទ្ធិពល
អវិជ្ជមានដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ទោះបីកម្ពុជា មិនធ្លាប់ជួបធ្ងន់ធ្ងរនូវការបំផ្លាញនេះដែរ។



(៥០) ទាំងអស់នេះសុទ្ធសឹងជាបញ្ហាប្រឈមនិងហានិភ័យដែលទាមទារយន្តការស្ថាប័ន មូលដ្ឋាន គតិយុត្ត ផែនការ និងការអនុវត្តប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវដើម្បីទប់ស្កាត់ លុបបំបាត់ និង ដោះស្រាយ។ កម្ពុជាត្រូវតែចេញឲ្យផុតពីបទពិសោធអវិជ្ជមាននៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ដែលធ្លាប់ កើតឡើងនៅក្នុងតំបន់ ដោយត្រូវដកស្រង់បទពិសោធទាំងល្អនិងមិនល្អពីប្រទេសក្នុងតំបន់ដែលបានជួប ប្រទះករណីទាំងនេះកន្លងមក។

VI. ទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រនិងយុទ្ធសាស្ត្រ

(៥១) ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍២០១២-២០២០ ត្រូវជំរុញអនុវត្តដោយផ្ដោតទៅលើ ទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រអាទិភាព៦យ៉ាងជាសំខាន់រួមមាន៖

- ១- ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍
- ២- ការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍
- ៣- ការតភ្ជាប់និងសម្រួលការធ្វើដំណើរដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍
- ៤- ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់
- ៥- ប្រព័ន្ធច្បាប់និងយន្តការគ្រប់គ្រង
- ៦- ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស។

១- ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍

(៥២) ផលិតផលទេសចរណ៍ រួមមានទាំងផ្នែកវីងនិងផ្នែកទន់ដោយផ្ដោតលើសម្បត្តិវប្បធម៌ និង ធនធានធម្មជាតិ និងសក្តានុពលគាំទ្រនានា គឺជាមូលដ្ឋានដ៏សំខាន់សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកប ដោយនិរន្តរភាព។ គោលបំណងចម្បងនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ គឺសំដៅពង្រឹងនិងពង្រីកផលិតផល ទេសចរណ៍ ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់តាមតម្រូវការទីផ្សារសមស្រប ដោយទាក់ទាញការទស្សនាទាំងភ្ញៀវដែលធ្លាប់ បានមកទស្សនាហើយ និងភ្ញៀវថ្មីៗបន្ថែមទៀត។ ការអភិវឌ្ឍផលិតផលត្រូវផ្ដោតលើការធ្វើពិពិធកម្មនិង លើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលដែលមានស្រាប់ និងបង្កើតផលិតផលថ្មីសមស្របតាមទីផ្សារ និងធានា និរន្តរភាពទេសចរណ៍ និងផលប្រយោជន៍ជូនប្រជាជាតិ។ គន្លឹះសំខាន់ដើម្បីសម្រេចគោលបំណងនេះគឺ ការអនុញ្ញាតឲ្យគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធផ្នែកឯកជន វិនិយោគិន ដៃគូអភិវឌ្ឍ ប្រជាពលរដ្ឋចូលរួមក្នុងការអភិវឌ្ឍ ផលិតផលទេសចរណ៍ និងការការពារ រក្សាសមិទ្ធផលដែលសម្រេចបានឲ្យគង់វង្ស។ ការអភិវឌ្ឍផលិត ផលទេសចរណ៍ ត្រូវមានពីរកម្រិតជាសំខាន់គឺ កម្រិតតូចគួរលើកទឹកចិត្តផ្តល់ជូនសហគមន៍ប្រជាពលរដ្ឋ កម្រិតធំត្រូវសិក្សាការវិនិយោគដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាទំនើប និងមានការទទួលខុសត្រូវ។

(៥៣) រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញជាបន្តបន្ទាប់នូវគោលនយោបាយ និងសេចក្តីសម្រេចនានា ក្នុងនោះរួមមាន " គោលនយោបាយជាតិលើវិស័យទេសចរណ៍ " ដើម្បីជំរុញធានានិងបង្កបរិយាកាស នៃការចូលរួមរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងតម្រង់ទិសការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ ប្រសិទ្ធភាពនិងនិរន្តរភាព។



១.១. ការអភិវឌ្ឍ

(៥៤) ការអភិវឌ្ឍ ឬច្រករបៀងសំខាន់ៗ ភាពទាក់ទាញផ្នែកពាក់ព័ន្ធ កំណត់ដូចខាងក្រោម៖

- ❖ តំបន់ទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រ ទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រ
- ❖ ភ្នំពេញ(និងតំបន់ជុំវិញ) នយោបាយ វប្បធម៌ និងសក្តានុពលទេសចរណ៍
- ❖ ច្រករបៀងទេសចរណ៍ មានភាពទាក់ទាញ ប្រទេសថៃ។ តំបន់ មូលដ្ឋានសម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍
- ❖ ភូមិភាគឦសាន ទន្លេមេគង្គ ទេសចរណ៍
- ❖ តំបន់ជុំវិញបឹងទន្លេសាប ការរស់នៅរបស់ប្រជាជន
- ❖ តំបន់តាមដងទន្លេមេគង្គ និងវប្បធម៌ ពិសេស

(៥៥) តំបន់ទាំងនេះ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ការកម្សាន្តតាម ទាំងអស់នេះមានភាពទាក់ទាញ ទៀត តំបន់ទាំងនេះ ភាគច្រើន ប្រជាជនរស់នៅជាច្រើនលាននាក់ ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រផង រាជរដ្ឋាភិបាល។

(៥៦) ដើម្បីបន្តការ ដោយសមធម៌ទៅកាន់តំបន់ អភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ មានភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍

១.១. ការអភិវឌ្ឍន៍សេចក្តីតាមតំបន់អាទិភាព

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

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

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

(៥៦) ដើម្បីបន្តការគាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ការផ្តល់ផលទេសចរណ៍ប្រកប ដោយសមធម៌ទៅកាន់តំបន់ទាំងនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលតែងយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ ជំរុញជាប្រចាំនូវការ អភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ពិសេសការធ្វើឲ្យប្រសើរឡើង ផ្លូវគមនាគមន៍តភ្ជាប់ទៅកាន់គោលដៅដែល មានភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍ ដើម្បីប្រក្លាយឲ្យទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍។ លើកកម្ពស់ជាប្រចាំនូវការ



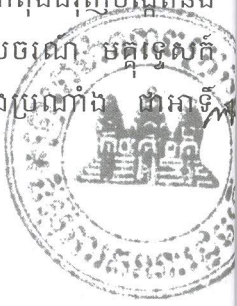
គុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ សេវាទេសចរណ៍ តាមរយៈការដាក់ចេញ និងអនុវត្តប្រព័ន្ធស្តង់ដារ ទេសចរណ៍នានា និងចលនាប្រឡងប្រណាំង ដូចជា "ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ" ការអប់រំបណ្តុះបណ្តាល អភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សគ្រប់កម្រិតពីថ្នាក់ជាតិដល់រដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ ក្នុង នោះចលនា "ញញឹមទទួលបដិសណ្ឋារកិច្ចភ្ញៀវ" ត្រូវបានជ្រួតជ្រាបជាសកល។

(៥៧) ជាយុទ្ធសាស្ត្រ ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ មិនអាចកាត់ផ្តាច់ពីការសិក្សាទីផ្សារ និងសភាពការណ៍និន្នាការទេសចរណ៍តំបន់និងអន្តរជាតិបានទេ។ ការអភិវឌ្ឍផលិតផលត្រូវឲ្យស្របតាម និន្នាការទីផ្សារ ប៉ុន្តែមិនត្រូវបត់ ឬរត់តាមតម្រូវការទីផ្សារទាំងស្រុងទេ ព្រោះថា តម្រូវការទីផ្សារខ្លះអាច ប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់សេដ្ឋកិច្ច សង្គមកម្ពុជា។

(៥៨) រាជរដ្ឋាភិបាលយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ក្នុងការជំរុញធ្វើពិពិធកម្ម និងអភិវឌ្ឍផលិតផល ទេសចរណ៍ ដោយឈរលើប្រភពសម្បត្តិវប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិ ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវដូច មានចែងក្នុងគោលនយោបាយជាតិលើវិស័យទេសចរណ៍និងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។ ការប្រើប្រាស់ហួស កម្រិត និងគ្មានដែនការច្បាស់លាស់នាំឲ្យធនធានទាំងនោះបាត់បង់ ហើយការមិនខិតខំប្រើប្រាស់ឲ្យអស់ លទ្ធភាពនាំឲ្យបាត់បង់ឱកាសនៃការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច សង្គម។ ដូច្នេះ រាជរដ្ឋាភិបាលប្រកាន់យក គោលការណ៍ " ការអភិវឌ្ឍនិងការអភិរក្សវប្បធម៌និងធម្មជាតិត្រូវដើរទន្ទឹមគ្នា " មានន័យថា " មិនយក ការអភិរក្ស រារាំងការអភិវឌ្ឍ " ហើយ " មិនធ្វើការអភិវឌ្ឍបំផ្លាញសម្បត្តិវប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិ " ។

(៥៩) កម្ពុជាមានសក្តានុពលធំធេងណាស់សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ "វប្បធម៌និងធម្មជាតិ"។ បើគិតត្រឹមតែប្រាង្គប្រាសាទបុរាណ កម្ពុជាជាប្រទេសតែមួយគត់ក្នុងអាស៊ី ដែលមានប្រាង្គប្រាសាទ បុរាណជាង ១ ០០០ ដែលមានអាយុកាលរាប់ពាន់ឆ្នាំ មិនទាន់គិតអំពីទីតាំង(ទីទួល) និងគ្រឹះប្រាសាទរាប់ពាន់ កន្លែងផ្សេងទៀត ដែលសក្តិសមនឹងកិត្តិនាម " ព្រះរាជាណាចក្រនៃវប្បធម៌ "។ កេរដំណែលប្រវត្តិសាស្ត្រ ជាទីគោរពសក្ការៈទាំងនេះ ប្រមាណតែជិត១០%ប៉ុណ្ណោះ ដែលត្រូវបានប្រែក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍។ រីឯ៩០%ទៀតនៃតំបន់ប្រាសាទបុរាណជាច្រើននៅកប់បាត់ឆ្ងាយពីការអភិវឌ្ឍនៅឡើយ ហើយភាគច្រើន នៃតំបន់ប្រាង្គប្រាសាទទាំងនេះមានប្រជាជនរស់នៅដែលភាគច្រើនជាអ្នកក្រីក្រ។ ដូច្នេះការអភិវឌ្ឍតំបន់ ប្រាសាទទាំងនេះឲ្យទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍ គឺរួមចំណែកអភិរក្សប្រាសាទផង ការអនុញ្ញាតប្រជាជន ចូលរួមអភិវឌ្ឍ អភិរក្ស និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រផងដែរ។

(៦០) រាជរដ្ឋាភិបាលបន្តយ៉ាងសកម្ម ការធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងផលិតផលទេសចរណ៍ដែល មានស្រាប់ និងកំពុងប្រើប្រាស់តាមរយៈការពង្រឹងគុណភាពដោយដាក់ចេញ និងអនុវត្តជាប្រចាំប្រព័ន្ធ ស្តង់ដារទេសចរណ៍នានា ដូចជាស្តង់ដារចំណាត់ថ្នាក់សណ្ឋាគារ និងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ ស្តង់ដាររមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ ស្តង់ដារទីក្រុងស្អាត។ល។ បន្ថែមពីនេះ យើងកំពុងជំរុញបង្កើតនិង អនុវត្តស្តង់ដារផ្សេងៗទៀតរួមមាន ស្តង់ដារភោជនីយដ្ឋាន មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ មគ្គុទ្ទេសក៍ ទេសចរណ៍ សហគមន៍ទេសចរណ៍ ព្រមទាំងជំរុញយ៉ាងសកម្មនូវចលនាប្រឡងប្រណាំង ជាអាទិ៍។



"ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋាន សានាសមស្របដើម្បីពង្រឹង

(៦១) នៅតាមគោល ពិសេសមានភាពបែកបាក់ របៀប ទស្សនាមានរបៀប បើច ព្រមទាំងការប្រើប្រាស់ ទឹកកន្លែងនីមួយៗ។ សិក្សា ប្រាសាទ និងនិរន្តរភាពនៃគោលដៅទេសចរណ៍ ហួសកម្រិត "កម្លាំងផ្ទុកលើស

(៦២) ការបង្កើតផលិតផល រឹងផលិតផលដែលមានស្រាប់ ភ្ញៀវឲ្យបានច្រើន និងការពង្រឹង សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា។ ការពឹងផ្អែក ឡើយ ដើម្បីឈានទៅសេវា ទេសចរប្រមាណជាង២លាន វប្បធម៌ ហើយរយៈពេលស្មារតី

(៦៣) ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ មិនគ្រាន់តែសម្រាប់កម្ពុជាប៉ុណ្ណោះ សក្តានុពលអង្គរនេះ។

១.២. អន្តរាគមន៍

(៦៤) ការអភិវឌ្ឍន៍ ជាមួយអង្គរ គឺផ្តល់ផលប្រយោជន៍ នៅតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ។ បឹងទន្លេសាប បច្ចុប្បន្នបាន សហគមន៍ទូក កាណូត ជីក ជា៤០%នៃភ្ញៀវមកសៀមរាប ជាច្រើននៅជុំវិញបឹងទន្លេសាប ដើម្បីទាក់ទាញការទស្សនា

(៦៥) ការតភ្ជាប់អង្គរ តំណាង) ហើយត្រូវភ្ជាប់ដោយ ទិសនៃការតភ្ជាប់សំ

កំពង់ចេញ និងអនុវត្តប្រព័ន្ធស្តង់ដារ
ត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ"
ក្នុងរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ ក្នុង
សកល។

មិនអាចកាត់ផ្តាច់ពីការសិក្សាទីផ្សារ
អភិវឌ្ឍផលិតផលត្រូវឲ្យស្របតាម
ព្រះថា តម្រូវការទីផ្សារខ្លះអាច

ពិធីកម្ម និងអភិវឌ្ឍផលិតផល
ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវដូច
ទេសចរណ៍។ ការប្រើប្រាស់ហ្វូស
ហើយការមិនខិតខំប្រើប្រាស់ឲ្យអស់
ច្នេះ រាជរដ្ឋាភិបាលប្រកាន់យក
ន្ទឹមគ្នា " មានន័យថា " មិនយក
វប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិ " ។

ទេសចរណ៍ "វប្បធម៌និងធម្មជាតិ"។
អាស៊ី ដែលមានប្រាង្គប្រាសាទ
ង(ទីទួល) និងគ្រឹះប្រាសាទរាប់ពាន់
មិ"។ កេរដំណែលប្រវត្តិសាស្ត្រ
ប្រក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍។

អភិវឌ្ឍន៍ឡើង ហើយភាគច្រើន
អ្នកក្រីក្រ។ ដូច្នេះការអភិវឌ្ឍតំបន់
ប្រាសាទផង ការអនុញ្ញាតប្រជាជន

ឡើងផលិតផលទេសចរណ៍ដែល
កំពង់ចេញ និងអនុវត្តជាប្រចាំប្រព័ន្ធ
និងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍

នេះ យើងកំពុងជំរុញបង្កើតនិង
ដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ មគ្គុទ្ទេសក៍
ចលនាប្រឡងប្រណាំង ជាអាទិ៍។

"ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ " "ទេសចរណ៍បៃតង" ការលើកសរសើរជូនរង្វាន់និងវិធានការ
នានាសមស្របដើម្បីពង្រឹងនិងធានាគុណភាពផលិតផលសេវាទេសចរណ៍។

(៦១) នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍និងតំបន់ជុំវិញ ត្រូវស្អាត មានអនាម័យ សោភ័ណភាព
ពិសេសមានភាពបៃតង របៀបរៀបរយ សណ្តាប់ធ្នាប់ល្អជាប្រចាំ។ កន្លែងទស្សនាត្រូវរៀបចំជាខ្សែចង្វាក់
ទស្សនាមានរបៀប បើចាំបាច់ត្រូវមានមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ អ្នកឧទ្ទេស ឬមធ្យោបាយនានា
ព្រមទាំងការប្រើប្រាស់ ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាទំនើបដើម្បីពន្យល់បកស្រាយឬផ្តល់ព័ត៌មានជូនភ្ញៀវនៅតាម
ទីកន្លែងនីមួយៗ។ សិក្សាច្បាស់លាស់អំពីតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍ ដើម្បីធានាក្បាស្ថិតភាព
និងនិរន្តរភាពនៃគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ ជៀសវាងបរិមាណភ្ញៀវច្រើនប្រមូលផ្តុំកន្លែងណាមួយ
ហួសកម្រិត "កម្លាំងផ្ទុកលើសចំណុះ" បណ្តាលឲ្យកើតមានផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានច្រើននៅទីនោះ។

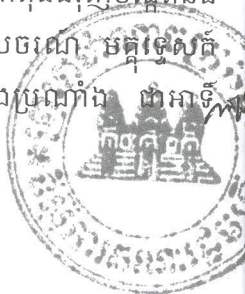
(៦២) ការបង្កើតផលិតផលថ្មី គឺជាកត្តាចាំបាច់ដើម្បីគាំទ្រផង និងដោះស្រាយផង ជាមួយ
នឹងផលិតផលដែលមានស្រាប់ ព្រមទាំងបំពេញយុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីការផ្តល់ជម្រើសឱកាសទស្សនារបស់
ភ្ញៀវឲ្យបានច្រើន និងការពន្យារពេលស្នាក់នៅ ការចំណាយរបស់ភ្ញៀវដើម្បីជំរុញកំណើនការងារ និង
សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា។ ការពឹងផ្អែកតែភាពល្បីល្បាញនៃតំបន់អង្គរឬរាជធានីភ្នំពេញមួយមុខ គឺមិនគ្រប់គ្រាន់
ឡើយ ដើម្បីឈានទៅសម្រេចចក្ខុវិស័យឆ្នាំ២០២០ក្នុងបរិមាណភ្ញៀវ៧លាននាក់។ តំបន់អង្គរដែលមាន
ទេសចរប្រមាណជាង២លាននាក់ទស្សនាក្នុងមួយឆ្នាំៗ កាន់តែមានសម្ពាធខ្លាំងឡើងៗ ផ្នែកបរិស្ថាននិង
វប្បធម៌ ហើយរយៈពេលស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវមិនយូរប៉ុន្មានឡើយ។

(៦៣) ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏អង្គរនៅតែជាប៉ូលទាក់ទាញឬមេដៃកណ្តាលដែលមានកម្លាំងខ្លាំង
មិនគ្រាន់តែសម្រាប់កម្ពុជាប៉ុណ្ណោះទេ គឺសម្រាប់តំបន់ទាំងមូលដែលបាននិងកំពុងទទួលផលប្រយោជន៍ពី
សក្តានុពលអង្គរនេះ។

១.២. អង្គរនិងតំបន់ជុំវិញ

(៦៤) ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ គោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីៗ នៅជុំវិញអង្គរបុគ្គលភ្ជាប់
ជាមួយអង្គរ គឺផ្តល់ផលប្រយោជន៍ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច សង្គមយូរអង្វែង និងជាការសម្រាលបន្ទុកកាន់តែធ្ងន់
នៅតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ។ ជាក់ស្តែង ការអភិវឌ្ឍគោលដៅទេសចរណ៍ " ចុងឃ្លៀស " និងផ្នែកខ្លះនៃ
បឹងទន្លេសាប បច្ចុប្បន្នបានផ្តល់ផ្លូវថ្នាក់យ៉ាងសំខាន់ដល់គ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធ រួមមានប្រជាជន ពិសេស
សហគមន៍ទូក កាណូត ដឹកភ្ញៀវទេសចរកម្សាន្ត និងសេវាកម្មនានានៅទីនោះ។ តាមការសិក្សាប្រមាណ
ជា៤០%នៃភ្ញៀវមកសៀមរាប អង្គរ បានទៅទស្សនាបឹងទន្លេសាប។ ក្រៅពីចុងឃ្លៀសក៏នៅមានតំបន់
ជាច្រើននៅជុំវិញបឹងទន្លេសាបបាននិងកំពុងរៀបចំជាសហគមន៍ទេសចរណ៍ គោលដៅទេសចរណ៍
ដើម្បីទាក់ទាញការទស្សនារបស់ភ្ញៀវ ដូចជា នៅកំពង់ត្បូង កំពង់ឃ្លាំង ព្រៃកទាល់ មេស្រែ ជាដើម។

(៦៥) ការតភ្ជាប់អង្គរជាមួយតំបន់ផ្សេងៗត្រូវធ្វើឡើងទាំងប្រាំទិស(ដូចកំពូលប្រាសាទអង្គរវត្តជា
តំណាង) ហើយត្រូវភ្ជាប់ដោយគ្រប់មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសមស្រប។
ទិសនៃការតភ្ជាប់សំខាន់ៗរួមមាន៖



- ❖ ភាគខាងត្បូង អង្គរភ្ជាប់ជាមួយបឹងទន្លេសាប និងតំបន់ជុំវិញរហូតដល់តំបន់សំខាន់ៗ នៃខេត្តបាត់ដំបង ខេត្តពោធិ៍សាត់ ខេត្តកំពង់ឆ្នាំង និងតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសជាមួយខេត្តព្រះសីហនុ និងតំបន់ឆ្នេរទាំងមូល។
- ❖ ភាគខាងជើង តភ្ជាប់តំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រអន្លង់វែង ជួរភ្នំដងរែក ពិសេសប្រាសាទព្រះវិហារ (បេតិកភណ្ឌពិភពលោក) ជាទីសក្ការៈដ៏មានឥទ្ធិពល ភូមិគេដោ ហើយបន្តភ្ជាប់ជាមួយប្រាសាទវត្តភូ តាមផ្លូវបុរាណភាគខេត្តព្រះវិហារ និងមួយផ្នែកតភ្ជាប់ជាមួយខេត្តស្ទឹងត្រែងនិងភូមិភាគឦសានទាំងមូល ដែលសម្បូរទៅដោយធនធានធម្មជាតិនិងវប្បធម៌រួមមានជនជាតិដើមភាគតិចតំបន់ភ្នំ។
- ❖ ឆ្ពោះមកទិសខាងកើតតាមផ្លូវជាតិលេខ៦ភ្ជាប់មកខេត្តកំពង់ធំ ដែលជាខេត្តភាគកណ្តាលដ៏ធំ និងមានសក្តានុពលទាំងវប្បធម៌និងធម្មជាតិ ក្នុងនោះប្រាសាទសំបូរព្រៃគុកជាអតីតរាជធានីនាមុនសម័យអង្គរ កំពុងទាក់ទាញទេសចរយ៉ាងខ្លាំង។ តាមទិសនេះ អង្គរកើតភ្ជាប់ជាមួយខេត្តកំពង់ចាម ខេត្តកណ្តាល និងពិសេសរាជធានីភ្នំពេញដែលជាបេះដូងនៃកម្ពុជា។
- ❖ ភាគខាងលិចតំបន់អង្គរ ក៏មានសក្តានុពលខ្លាំងផងដែរ គឺនៅក្នុងខេត្តឧត្តមានជ័យនិងខេត្តបន្ទាយមានជ័យ ដែលមានសក្តានុពលសម្បត្តិធម្មជាតិនិងធនធានវប្បធម៌ ដូចជា អាងត្រពាំងថ្ម និងប្រាសាទបុរាណ ស្ថានបុរាណ ពិសេសនៅតាមផ្លូវជ័យជ័យទី៧ តភ្ជាប់អង្គរទៅកាន់ប្រាសាទបុរាណខ្មែរនៅក្នុងទឹកដីថៃបច្ចុប្បន្ន។
- ❖ អង្គរបាននិងកំពុងតភ្ជាប់យ៉ាងសកម្មជាមួយតំបន់ និងពិភពលោកតាមគ្រប់មធ្យោបាយ ផ្លូវទឹក ផ្លូវគោក និងផ្លូវអាកាស ក្រោមគោលនយោបាយ "បើកចំហជើងមេឃ" របស់រាជរដ្ឋាភិបាល។ ប្រទេសជាច្រើនក្នុងតំបន់កំពុងទទួលបានផលពីសក្តានុពល " ទោល " របស់អង្គរ ដោយភ្ជាប់អង្គរដោយគ្រង់ជាមួយប្រទេសទាំងនោះ ក្នុងនោះមួយផ្នែកភ្ជាប់ជាមួយតំបន់ឆ្នេរដែលមានសក្តានុពលធម្មជាតិ ដូចជាការហោះហើរគ្រង់ ភ្ជាប់អង្គរជាមួយកោះសាមុយ(ថៃ) សិង្ហបុរី និងតំបន់ឆ្នេររបស់វៀតណាម។ល។

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



សហគមន៍ទេសចរណ៍ដោយមូលដ្ឋានគឺជាអាទិភាព។

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

(៦៨) សកម្មភាពនិងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រតាមរយៈស្របតាមយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណ្ឌ។

១.៣. កំណែទម្រង់និងគំនិត

(៦៩) រាជធានីភ្នំពេញ ទេសចរណ៍នៃកម្ពុជា ព្រះមានទីតាំងជាយុទ្ធសាស្ត្រនៅពិភពលោកបានប្រែក្លាយពីទីរាជធានីកំពុងអភិវឌ្ឍលើគ្រប់

រហូតដល់តំបន់សំខាន់ៗ នៃខេត្ត
រដ្ឋអាកាសជាមួយខេត្តព្រះសីហនុ

រីក ពិសេសប្រាសាទព្រះវិហារ
ជា ហើយបន្តភ្ជាប់ជាមួយប្រាសាទ
ជាមួយខេត្តស្ទឹងត្រែងនិងភូមិភាគ
បួនមួយមានជនជាតិដើមភាគតិច

ដែលជាខេត្តភាគកណ្តាលដ៏ធំ
ទស្សនៈ អង្គរកំពតភ្ជាប់ជាមួយខេត្ត
បះដូងនៃកម្ពុជា។

គឺនៅក្នុងខេត្តមានជ័យនិងខេត្ត
ធានប្បវេណី ដូចជា អាងត្រពាំងថ្ម
ទី៧ តភ្ជាប់អង្គរទៅកាន់ប្រាសាទ

ហាតតាមគ្រប់មធ្យោបាយ ផ្លូវទឹក
ជើងមេឃ" របស់រាជរដ្ឋាភិបាល។
ាល " របស់អង្គរ ដោយភ្ជាប់អង្គរ
មួយតំបន់ឆ្នេរដែលមានសក្តានុពល
មួយ(ថៃ) សិង្ហបុរី និងតំបន់ឆ្នេរ

និងបន្តអនុវត្តនូវគោលនយោបាយ
អង្គរជាប្លង់អាទិភាព " ដើម្បីជួយ
យ៉ាងសកម្ម ដោយសហការជាមួយ

វឌ្ឍនភាពនៅទេសចរណ៍ ផលិត
គឺការប្រើប្រាស់ឲ្យអស់លទ្ធភាព
ចរណ៍ រួមចំណែកអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច
មានសក្តានុពលទេសចរណ៍ខ្លាំង

ទេសចរណ៍ ផ្សព្វផ្សាយទៅកាន់ពិភពលោក
ក្នុងនោះការប្រមូលផ្តុំចុងក្រោយជា

សហគមន៍ទេសចរណ៍ដោយផ្តល់លទ្ធភាព សមត្ថភាព ចំណេះដឹង និងផលប្រយោជន៍ជូនប្រជាជន
មូលដ្ឋានគឺជាអាទិភាព។

(៦៧) រាជរដ្ឋាភិបាលយកចិត្តទុកដាក់បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលជូនប្រជាជន ដោយជំរុញលើក
ទឹកចិត្ត បណ្តុះគំនិតផ្តួចផ្តើម បង្កើត ឬថ្លែងប្រឌិត បង្កើតឲ្យចេញជាផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗឈរលើ
មូលដ្ឋានធនធានដែលមានស្រាប់ដូចជា៖

- ❖ ផលិតនិងចលនាសាសន៍វត្ថុសិប្បកម្ម ជាលក្ខណៈវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទេសចរណ៍ ដែលបង្ហាញនូវ
វប្បធម៌និងប្រពៃណីរស់នៅរបស់ប្រជាជនតាមតំបន់ផ្សេងៗគ្នា។
- ❖ ការបង្ហាញសិល្បៈ របាំ ចម្រៀងប្រពៃណី ម្ហូបអាហារ ផ្លែឈើ។ល។ ជូនទេសចរនៅតាម
សហគមន៍នានា។
- ❖ ការបង្ហាញឬការអនុញ្ញាតឲ្យទេសចរចូលរួមសកម្មភាពសមស្រប អំពីជីវភាពរស់នៅពិតៗរបស់
ប្រជាជនតាមសហគមន៍រួមមាន៖ ការបង្កបង្កើនផល ការនេសាទត្រី ការប្រារព្ធពិធីបុណ្យទាន
ជំនឿសាសនា។ល។ ដើម្បីឲ្យទេសចរបានស្គាល់និងរីករាយចូលរួម។ ករណីនេះផ្សារភ្ជាប់ជាមួយ
" ទេសចរណ៍ជនបទ " ដែលកំពុងទទួលបានជោគជ័យនៅស្រុកបារាយខេត្តកំពង់ធំ។
- ❖ ទេសចរណ៍រួមភាគទានដល់ការអភិវឌ្ឍ ដូចជា ការលើកទឹកចិត្តឲ្យទេសចរចូលរួមដាំដើមឈើ
" ទេសចរម្នាក់ ដើមឈើមួយដើម " ឬ " ដើមឈើមួយដើម ផ្តើមចេញពីអ្នក " ដឹកអណ្តូងទឹក សាង
សង់ផ្ទះ សាលារៀន មន្ទីរព្យាបាល ឬការចូលរួមជួយផ្តល់អំណោយមនុស្សធម៌នានា។
- ❖ បំផុសចលនាប្រជាជនឲ្យផលិតផលិតផលនានា ដើម្បីលក់បម្រើឲ្យទីផ្សារទេសចរណ៍ ដូចជា
បន្លែ ផ្លែឈើ ផ្កា ត្រី សាច់ គ្រឿងសង្ហារឹម ដែលតម្រូវការនេះកើនឡើងជាប្រចាំតាមកំណើន
ទេសចរណ៍ ហើយបច្ចុប្បន្នមួយផ្នែកត្រូវបាននាំចូលពីបរទេស។ ការបង្កើនការផ្គត់ផ្គង់ក្នុងស្រុក
គឺកាត់បន្ថយការនាំចូល និងទប់ស្កាត់ការផ្ទុះឆ្លាយសេដ្ឋកិច្ច និងជំរុញសកម្មភាពសហគ្រាស
ធុនតូចនិងមធ្យម(SME)។

(៦៨) សកម្មភាពនិងលទ្ធផលខាងលើនេះ គឺសំខាន់ជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ផង និងការជួយ
កាត់បន្ថយភាពក្រីក្រតាមរយៈទេសចរណ៍ផង ដែលនេះគឺជាគោលដៅចម្បងរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ដោយ
ស្របតាមយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណដំណាក់កាលទី២ និងគោលដៅអភិវឌ្ឍសហស្សវត្សរបស់កម្ពុជា។

១.៣. ភ្នំពេញនិងតំបន់ជុំវិញ

(៦៩) រាជធានីភ្នំពេញ គឺជាបេះដូងនិងជាមជ្ឈមណ្ឌលនយោបាយ ពាណិជ្ជកម្ម វប្បធម៌ និង
ទេសចរណ៍នៃកម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ ភ្នំពេញជារាជធានីដ៏ចំណាស់មួយនៅអាស៊ី និង
មានទីតាំងជាយុទ្ធសាស្ត្រនៅចំណុចប្រសព្វបួនមុខនៃទន្លេមេគង្គ។ រាជធានីភ្នំពេញដែលទទួលបានរដ្ឋ
ពិភពលោកបានប្រែក្លាយពីទីក្រុង "សូន្យ" ខ្ទេចខ្ទាំដោយសារសង្គ្រាមនិងរបបប្រល័យពូជសាសន៍ ដែល
រាជធានីកំពុងអភិវឌ្ឍលើគ្រប់វិស័យ។ ភ្នំពេញតភ្ជាប់ជាមួយពិភពលោកតាមគ្រប់មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន។



ទេសចរណ៍ទាំងផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក និងផ្លូវអាកាស ក្នុងនោះប្រធានយន្តហោះអន្តរជាតិភ្នំពេញកំពុងបំពេញ
តួនាទីជាស្នូលយ៉ាងសកម្ម ដោយមានសមត្ថភាពទទួលអ្នកដំណើរបានជាងមួយលាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។

(៧០) រាជធានីភ្នំពេញ ជាមជ្ឈមណ្ឌលប្រមូលផ្តុំនូវវត្ថុសម្បត្តិ បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ជាច្រើនដែល
ជាប្រភពធនធានដ៏សំខាន់សម្រាប់ការទាក់ទាញទេសចរ ដូចជាសារមន្ទីរជាតិ ព្រះបរមរាជវាំង ទីតាំង
ប្រវត្តិសាស្ត្រវត្តភ្នំ និងសំណង់ស្ថាបត្យកម្មសម័យអាណានិគម។ ជាងនេះទៅទៀត រាជធានីភ្នំពេញ
សម័យគេជោ មានការអភិវឌ្ឍបានរំលេចនូវសំណង់អគារថ្មីខ្ពស់ៗ សណ្ឋាគារល្អប្រណីតលំដាប់អន្តរជាតិ
និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ច្រើនប្រភេទ អមដោយភាពស្រស់ស្អាតនៃការតុបតែងលម្អនានា នាំឲ្យទីក្រុងនេះ
ក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ជាទីពេញនិយម។ នៅជុំវិញរាជធានី ក៏មានសក្តានុពលទាក់ទាញទេសចរ
វប្បធម៌និងធម្មជាតិ ដោយភ្ជាប់ពីលក្ខណៈទេសចរណ៍ "ទីក្រុង" ទៅទេសចរណ៍ "ជនបទ" និងកសិ-
ទេសចរណ៍ ពិសេសសម្រាប់អ្នករស់នៅក្នុងទីក្រុងនិងភ្ញៀវបរទេស។ គោលដៅទេសចរណ៍តំបន់ជុំវិញ
បាននិងកំពុងអភិវឌ្ឍរួមមាន ភ្នំព្រះរាជទ្រព្យ (ភ្នំឧត្តុង្គ) ភ្នំប្រសិទ្ធិ កោះដាច់ តំបន់ភាគខាងកើតរាជធានី
ភ្នំពេញ និងការតភ្ជាប់ជាមួយតំបន់ផ្សេងៗទៀតនៃខេត្តកណ្តាល ខេត្តកំពង់ស្ពឺ និងខេត្តតាកែវ ដូចជា
ទន្លេបាទី។ តំបន់កប់ស្រូវត្រូវរៀបចំអភិវឌ្ឍទៅជាតំបន់សម្រាកកម្សាន្ត ដែលនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ
តែម្តង។

(៧១) រាជធានីភ្នំពេញកាន់តែមានកំណើនប្រជាជន និងមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនច្រើនឡើង ដែល
រួមមានប្រជាជនប្រមាណ២លាននាក់ ទេសចរជាតិនិងអន្តរជាតិជាង២លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ និង
មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនជាងមួយលានគ្រឿង។ កត្តានេះបង្កជាចលករ "រុញ" នៃចរន្តទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង
កាន់តែខ្លាំងឡើងៗ។ ដោយសារនិន្នាការនេះ ការជំរុញការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍នៅក្នុងនិង
តំបន់ជុំវិញរាជធានីភ្នំពេញ គឺជាការចាំបាច់និងបន្ទាន់ដើម្បីការផ្គត់ផ្គង់តម្រូវការទេសចរផង និងស្រូបយក
ផលទេសចរណ៍សម្រាប់ប្រជាជនផង។

(៧២) រាជធានីភ្នំពេញនិងតំបន់ជុំវិញនៅមានសក្តានុពលច្រើនសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ដើម្បី
ពន្យារការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវបានយូរ ដូចជា ការទស្សនាកម្សាន្តតាមនាវាតាមដងទន្លេមេគង្គ(ទន្លេសាប)
ការទស្សនាសហគមន៍ប្រជាជននៅតាមដងទន្លេ ភូមិសិប្បកម្មតម្បាញ ចម្លាក់ប្រាក់ តំបន់កសិទេសចរណ៍
និងតំបន់បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ ការកម្សាន្តនៅពេលរាត្រីតាមដងទន្លេចតុមុខ ផ្សាររាត្រី ការរៀបចំតំបន់
ទេសចរណ៍ពេលរាត្រីប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និងការទស្សនាមណ្ឌលពាណិជ្ជកម្ម និងផ្សារលក់ដូរ។

(៧៣) រាជធានីភ្នំពេញ បច្ចុប្បន្នត្រូវបានពង្រីកវិសាលភាពយ៉ាងធំធេង ដែលសក្តិសមជារាជធានី
សម័យគេជោដោយរួមមាន ទីក្រុងរណបលំដាប់ពិភពលោកជាច្រើនកំពុងត្រូវបានស្ថាបនាឡើង តភ្ជាប់
ដោយប្រព័ន្ធសមស្រប។ ទីក្រុងរណបទាំងនេះក្លាយជាលំនៅឋានផង និងជាផលិតផលទេសចរណ៍
សម្រាប់រាជធានីផង។ ក្រៅពីនេះ តំបន់ដោយរាជធានីភ្នំពេញ ដូចជាតំបន់កប់ស្រូវនិងតាមដងទន្លេ
មានសក្តានុពលទាក់ទាញបែបអេកូទេសចរណ៍ អាចរៀបចំជាតំបន់សម្រាកលំហែកម្សាន្ត សម្រាប់ទាំង
ភ្ញៀវនិងអ្នករស់នៅក្នុងរាជធានីដែលកាន់តែច្រើនឡើងៗ។ ម្យ៉ាងទៀត ផលិតផលផ្នែកសេវាកម្សាន្ត



ទេសចរណ៍ត្រូវយកចិត្ត
រាជធានីភ្នំពេញឲ្យក្លាយជា
ទេសចរណ៍ផង និងបង្កើន

(៧៤) ទោះជាយ
ពិតប្រាកដ ដោយប្រែក្ល
ធ្លាប់របៀបរៀបរយ។ ភ្នំ
សន្តិសីទ កម្រិតអន្តរជាតិ
មួយឆ្នាំៗ ចាប់ពី២០១៣
ជាដាច់ខាត។ ភ្នំពេញ
ដើម្បីស្រូបយកកំណើននៃ
រាជធានីភ្នំពេញចាំបាច់ត្រូវ
ពិភពលោក។ ប្រធានយ
ដើរតួនាទីជាគន្លឹះក្នុងការ
និងកំពុងជួបប្រទះកន្លងម
ការរៀបចំផែនការសិក្សា
កម្ពុជានឹងបាត់បង់ឱកាស

១.៤. ការអភិវឌ្ឍ

(៧៥) តំបន់ឆ្នេរដៃ
ខេត្ត៤គឺ ខេត្តកែប ខេត្ត
ដ៏សំខាន់សម្រាប់ស្រូបទា
ឆ្នេរសមុទ្រដ៏ស្អាតបំផុតល
អន្តរជាតិ។

(៧៦) តំបន់ឆ្នេរក
ហើយធនធានទាំងនេះនៅ
ប្រតិបត្តិការនៃច្រករបៀង
គមនាគមន៍ផ្លូវគោក(ផ្លូវ
បច្ចុប្បន្ន ហើយអនាគត
មិនឆ្ងាយពីប៉ូលអង្គរដ៏ខ្លាំង
ភ្នំពេញ ដែលមានទាំងទេ
បុគ្គលិកបម្រើតាមស្ថាប័នអ
ផ្លូវដែក ដែលនឹងក្លាយជា

ការអនុវត្តជាតិក្នុងពេញកំពុងបំពេញ
មួយលាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។

បេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ជាច្រើនដែល
ជាតិ ព្រះបរមរាជវាំង ទីតាំង
នេះទៅទៀត រាជធានីភ្នំពេញ
ការពារប្រណីតលំដាប់អន្តរជាតិ
បំពេញបង្កើននា នាំឲ្យទីក្រុងនេះ
បានសក្តានុពលទាក់ទាញទេសចរ
ទេសចរណ៍ "ជនបទ" និងកសិ-
គោលដៅទេសចរណ៍តំបន់ជុំវិញ
ដាច់ តំបន់ភាគខាងកើតរាជធានី
កំពង់ស្ពឺ និងខេត្តតាកែវ ដូចជា
ព្រៃទន្លេ ដែលនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ

យាយដឹកជញ្ជូនច្រើនឡើង ដែល
២លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ និង
"រុញ" នៃចរន្តទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង
ផលិតផលទេសចរណ៍នៅក្នុងនិង
ម្ហូបការទេសចរណ៍ និងស្រូបយក

ម្យ៉ាងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ដើម្បី
តាមដងទន្លេមេគង្គ(ទន្លេសាប)
ម្នាក់ប្រាក់ តំបន់កសិទេសចរណ៍
មុខ ផ្សាររាត្រី ការរៀបចំតំបន់
ណាដឹកជញ្ជូន និងផ្សារលក់ដូរ។ល។

ធំធេង ដែលសក្តិសមជារាជធានី
ពេញត្រូវបានស្ថាបនាឡើង តភ្ជាប់
និងជាផលិតផលទេសចរណ៍
ជាតំបន់កប់ស្រូវនិងតាមដងទន្លេ
ម្យ៉ាងហោតម្បាន សម្រាប់ទាំង
ត ផលិតផលផ្នែកបេតិកភណ្ឌ

ទេសចរណ៍ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ពង្រឹងនិងពង្រីកឲ្យបានកាន់តែប្រសើរ សមស្រប ដើម្បីលើកកម្ពស់
រាជធានីភ្នំពេញឲ្យក្លាយជារាជធានីមានសកម្មភាពរស់រវើក ស្របតាមស្តង់ដារទីក្រុងស្អាត សំដៅទាក់ទាញ
ទេសចរណ៍ផង និងបង្កើនការងារទេសចរណ៍ផង។

(៧៤) ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ភ្នំពេញត្រូវអភិវឌ្ឍស្របតាមប្លង់មេនៃការអភិវឌ្ឍទីក្រុងយ៉ាង
ពិតប្រាកដ ដោយប្រែក្លាយទៅជា "គង់" មួយនៅអាស៊ី ទាំងភាពស្អាត ទាំងភាពបៃតង និងទាំងសណ្តាប់
ធ្នាប់រៀបរៀបរយ។ ភ្នំពេញត្រៀមលក្ខណសម្បត្តិគ្រប់យ៉ាងដើម្បីធ្វើជាម្ចាស់ផ្ទះនៃកិច្ចប្រជុំវេទិកា និង
សន្និសីទ កម្រិតអន្តរជាតិជាច្រើន ហើយនិងត្រៀមទទួលភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណបីលាននាក់ក្នុង
មួយឆ្នាំ។ ចាប់ពី២០១៣ ដោយមិនទាន់គិតភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកជាច្រើនលាននាក់ចូលមករាជធានី
ជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ ភ្នំពេញ ទាមទារនូវប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្ត និងសម្បទាទេសចរណ៍ជាច្រើនទៀត
ដើម្បីស្រូបយកកំណើននេះ ពិសេសផ្លូវព្រលានយន្តហោះ ការផ្គត់ផ្គង់ទឹកស្អាត និងថាមពលអគ្គិសនី។
រាជធានីភ្នំពេញចាំបាច់ត្រូវមានព្រលានយន្តហោះខ្នាតធំកម្រិតអន្តរជាតិ ដើម្បីធ្វើជាស្នូលក្នុងការតភ្ជាប់
ពិភពលោក។ ព្រលានយន្តហោះខ្នាតធំ ដែលមានសមត្ថភាពផ្ទុកប្រមាណ១០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ នឹង
ដើរតួនាទីជាគន្លឹះក្នុងការរំដោះកម្ពុជាចេញពីភាពជា "គោលដៅទេសចរណ៍រណប" ដូចដែលធ្លាប់បាន
និងកំពុងជួបប្រទះកន្លងមកនិងពេលបច្ចុប្បន្នទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍ទី១សម្រាប់ពិភពលោក។ ដូច្នេះ
ការរៀបចំផែនការសិក្សាអំពីព្រលានយន្តហោះនេះ ត្រូវចាប់ផ្តើមពីពេលនេះទៅ ហើយបើកខាននោះ
កម្ពុជានឹងបាត់បង់ឱកាសបន្តទៀត។

១.៤. ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរ

(៧៥) តំបន់ឆ្នេរដែលស្ថិតក្នុងច្រករបៀងទេសចរណ៍ភាគខាងត្បូង ជាតារាងនាទិសនិរតីរួមបញ្ចូល
ខេត្ត៤គឺ ខេត្តកែប ខេត្តកំពត ខេត្តព្រះសីហនុ និងខេត្តកោះកុង ដែលបាននិងកំពុងក្លាយជាប៉ូល
ដ៏សំខាន់សម្រាប់ស្រូបទាញទេសចរជាតិនិងអន្តរជាតិ។ ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជាត្រូវបានក្លាយជាសមាជិកនៃក្លឹប
ឆ្នេរសមុទ្រដ៏ស្អាតបំផុតលើសកលលោក ហើយកិត្តិនាមនេះកំពុងលើកតម្កើងកិត្យានុភាពឆ្នេរកម្ពុជាលើឆាក
អន្តរជាតិ។

(៧៦) តំបន់ឆ្នេរកម្ពុជាមានធនធានចម្រុះ សម្បូរ និងច្រើនប្រភេទសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍
ហើយធនធានទាំងនេះនៅថ្មី និងមានភាពទាក់ទាញយ៉ាងខ្លាំង។ តំបន់ឆ្នេរស្ថិតក្នុងក្របខ័ណ្ឌនៃកិច្ចសហ
ប្រតិបត្តិការនៃច្រករបៀងសេដ្ឋកិច្ចភាគខាងត្បូង ដែលភ្ជាប់ប្រទេសវៀតណាម និងប្រទេសថៃ ដោយ
គមនាគមន៍ផ្លូវគោក(ផ្លូវលេខ៣៣ ផ្លូវលេខ៣ និងផ្លូវលេខ៤៨) និងផ្លូវទឹកយ៉ាងល្អប្រសើរក្នុងពេល
បច្ចុប្បន្ន ហើយអនាគតនឹងមានការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ។ តំបន់នេះស្ថិតនៅ
មិនឆ្ងាយពីប៉ូលអង្គរដ៏ខ្លាំង ដែលមានទេសចរប្រមាណជាង២លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំនិងនៅជិតរាជធានី
ភ្នំពេញ ដែលមានទាំងទេសចរ ទាំងប្រជាជនដែលរស់នៅប្រមាណជិតបីលាននាក់ រួមទាំងធនធាននិង
បុគ្គលិកបម្រើតាមស្ថាប័នអង្គការ អន្តរជាតិនានា។ តំបន់ឆ្នេរក៏ភ្ជាប់ជាមួយរាជធានីភ្នំពេញដោយបណ្តាញ
ផ្លូវដែក ដែលនឹងក្លាយជាមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនទេសចរដ៏សំខាន់មួយក្នុងថ្ងៃអនាគត។



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

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

(៧៩) កត្តាគន្លឹះនៃការអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរនេះ គឺហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ក្នុងនោះផ្លូវជាតិលេខ៣ លេខ៤ និងផ្លូវដែកតភ្ជាប់ជាមួយរាជធានីភ្នំពេញបាននិងកំពុងធ្វើឲ្យប្រសើរឡើង។ ការផ្គត់ផ្គង់ថាមពល និងទឹកស្អាតនឹងមិនចោទជាបញ្ហាឡើយ ដោយសារដំណោះស្រាយដ៏ល្អនៃវីអគ្គិសនី " ភ្នំកំបាយ " និងប្រភពថាមពលផ្សេងៗទៀតដែលត្រូវបង្កើតនិងផ្គត់ផ្គង់។ កំពង់ផែនិងព្រលានយន្តហោះខេត្តព្រះសីហនុមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់កម្រិតអន្តរជាតិនៅថ្ងៃអនាគត។ កត្តាចាំបាច់ដើម្បីបង្កើនល្បឿនអភិវឌ្ឍតំបន់នេះបន្ថែម គឺការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ អេកូទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍បែបកម្សាន្ត ផ្សារភ្ជាប់សក្តានុពលវប្បធម៌ធម្មជាតិ និងប្រវត្តិសាស្ត្រនៃតំបន់នេះ ពិសេសភ្នំបូកគោនឹងក្លាយជាមណ្ឌលវដ្តនៃទេសចរណ៍ធម្មជាតិ ទេសចរណ៍កម្សាន្តកម្រិតពិភពលោកនៅទីនោះ ដែលភាពទាក់ទាញនៃទេសចរណ៍កម្សាន្តបាននិងកំពុងមានឥទ្ធិពលខ្លាំង ពិសេសក្នុងចំណោមទេសចរណ៍អាស៊ី ដែលមានចំណែកប្រមាណជាជាង៦០%នៃទេសចរសរុបមកកម្ពុជា។

(៨០) ខេត្តព្រះសីហនុ គឺជាស្នូលនៃតំបន់ឆ្នេរ ជាច្រកអន្តរជាតិ ជាមជ្ឈមណ្ឌលឧស្សាហកម្ម និងជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់អន្តរជាតិ កំពុងរះឡើងតាមរយៈនៃភាពស្អាតជាលក្ខណៈធម្មជាតិ និងការរៀបចំ ព្រមទាំងប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធកាន់តែប្រសើរឡើង ពិសេសផ្លូវគមនាគមន៍ ព្រលានយន្តហោះ

ហោះ និងកំពង់ផែអន្តរជាតិ ជាមួយតំបន់នានាក្នុងនិងប្រទេសជាប់ជិតខាង។

(៨១) ខេត្តកោះកុង នៃទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ធនធាននៅលើសកលលោក គឺតំបន់ពពួកសត្វកម្រ និងជាតំបន់តំបន់អេកូទេសចរណ៍ល្បីៗតាមដងស្ទឹង ការទស្សនាសមុទ្រធម្មជាតិ សម្រស់ស្ទឹងធម្មជាតិជាខេត្តអេកូទេសចរណ៍តំបន់និងកម្ពុជាទាំងមូល ជាមួយអន្តរជាតិប្រមាណជា៤លានចេញចូលនៃទេសចរអន្តរជាតិដែលជាស្នូលមួយតភ្ជាប់ជាមួយ

(៨២) ភាពចាំបាច់នៃឡើងវិញ និងការអភិវឌ្ឍប្រជុំកោះ និងនៅតាមសហខេត្តកោះកុងនឹងក្លាយជាស្នូលក្នុងអន្តរជាតិផងដែរក្នុង

(៨៣) ខេត្តកំពត ជាមណ្ឌលពាណិជ្ជកម្ម និងប្រវត្តិសាស្ត្រ និងធម្មជាតិវប្បធម៌ មណ្ឌលវដ្តនៃភ្នំបូកគោស្រែអំបិល និងផលនេសាទ

(៨៤) ខេត្តកែប ជាទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរដែលត្រូវបានធ្វើសមាហរណកម្មមកខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តកំពត ភ្នំពេញតាមរយៈអ័ក្សភ្នំពេញ ឃើញនូវការរីកចម្រើនលូតលាស់ផ្ទះសំណាក់ ភោជនីយដ្ឋាន



ណ៍តំបន់ឆ្នេរប្រកបដោយការទទួល
ជូនទេសចរ និងគាំទ្រការតភ្ជាប់
ប្រយោជន៍ទេសចរណ៍ប្រកបដោយ
ខេត្តព្រះសីហនុ គឺជាក្បាលនាគ រីឯ
គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រគន្លឹះសំខាន់មួយ
សម្រាប់ការភ្ជាប់ខេត្តកែប ខេត្តកំពត
ជាមួយដែនដីសណ្តទន្លេមេគង្គនិង
ទូសាស្ត្រ ដោយចាប់យកប្រជុំកោះ
ប្រមាណពីរលាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។
ដោយអនុវត្តគោលនយោបាយ
មកឆ្នេរខេត្តកំពត មានរយៈពេល
នៃប៉ូលទាំងពីរ "បូកគោ" និង
រាងមុខ។ បន្ថែមពីនេះដែនដីសណ្ត
លាននាក់និងភ្ញៀវមកពីប្រភពនានា
ក៏ធំក្នុងតំបន់សម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ភាគ
សម្ព័ន្ធ ក្នុងនោះផ្លូវជាតិលេខ៣
ស្ទើរឡើង។ ការផ្គត់ផ្គង់ថាមពល
នៃរ៉ែអគ្គិសនី " ភ្នំកំបាយ " និង
ព្រលានយន្តហោះខេត្តព្រះសីហនុ
ដើម្បីបង្កើនល្បឿនអភិវឌ្ឍន៍តំបន់
ទេសចរណ៍បែបកម្សាន្ត ផ្សារភ្ជាប់
ភ្នំបូកគោនឹងក្លាយជាមណ្ឌលយន្ត
ដែលភាពទាក់ទាញនៃទេសចរណ៍
ស៊ី ដែលមានចំណែកប្រមាណជា

ជាតិ ជាមជ្ឈមណ្ឌលឧស្សាហកម្ម
ភាពស្អាតជាលក្ខណៈធម្មជាតិ និង
សម្បូរតាមនាគមន៍ ព្រលានយន្ត

ហោះ និងកំពង់ផែអន្តរជាតិដែលជាមូលដ្ឋានគ្រឹះក្នុងការតភ្ជាប់ខេត្តព្រះសីហនុនិងតំបន់ឆ្នេរទាំងមូល
ជាមួយតំបន់នានាក្នុងនិងក្រៅប្រទេស។

(៨១) ខេត្តកោះកុង គឺជាគោលដៅអេកូទេសចរណ៍ខ្នាតពិភពលោក ដោយសារសក្តានុពល
នៃទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ធនធានសមុទ្រ ព្រៃឈើ ព្រៃកោងកាង រួមនឹងការតភ្ជាប់ទៅនឹងអ័ក្សអេកូឡូស៊ីដ៏ធំ
នៅលើសកលលោក គឺតំបន់ព្រៃត្រូពិច ភ្នំក្រវាញដែលមានវិសាលភាពដ៏ធំធេង និងសំបូរទៅដោយ
ពពួកសត្វកម្រ និងជាតំបន់ចុងក្រោយនៅតំបន់អាស៊ី ហើយបច្ចុប្បន្នតំបន់នេះត្រូវបានកត់បញ្ចូលទៅក្នុង
តំបន់អេកូទេសចរណ៍ល្បីៗទាំង១០នៅក្នុងសកលលោក។ សក្តានុពលអេកូទេសចរណ៍តំបន់ភ្នំ ទេសភាព
តាមដងស្ទឹង ការទស្សនាសត្វព្រៃ លាយឡំប្រវត្តិសាស្ត្រ ប្រពៃណី ជីវិតរស់នៅរបស់ប្រជាជន និងធនធាន
ធម្មជាតិ សម្រស់ស្ទឹងធម្មជាតិ ឆ្នេរសមុទ្រ និងកោះនានាបាននិងកំពុងលើកកម្ពស់កិត្តិនាម ខេត្តកោះកុង
ជាខេត្តអេកូទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរភាគនិរតីនៃកម្ពុជា។ ម្យ៉ាងទៀតខេត្តកោះកុង គឺជាស្ថានតភ្ជាប់តំបន់ឆ្នេរ
និងកម្ពុជាទាំងមូល ជាមួយភាគអាគ្នេយ៍ប្រទេសថៃដែលប្រមូលផ្តុំដោយប្រជាជនច្រើន និងមានទេសចរ
អន្តរជាតិប្រមាណជា៤លាននាក់ទស្សនាក្នុងតំបន់នេះ ហើយក៏តភ្ជាប់ជាមួយទីក្រុងបាងកកដែលជាច្រក
ចេញចូលនៃទេសចរអន្តរជាតិ ប្រមាណជាង១០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។ ពិសេសព្រលានយន្តហោះអន្តរជាតិ
ដែលជាស្នូលមួយតភ្ជាប់ជាមួយពិភពលោក។

(៨២) ភាពចាំបាច់នៃខេត្តកោះកុង គឺការស្ដារនិងការអភិវឌ្ឍព្រលានយន្តហោះដែលមានស្រាប់
ឡើងវិញ និងការអភិវឌ្ឍបន្ថែម ឆ្នេរសម្រាកលម្អែកម្សាន្ត និងការទាក់ទាញការទស្សនាតាមនាវា តាម
ប្រជុំកោះ និងនៅតាមសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍នានា ពិសេសតំបន់ព្រៃកោងកាង។ ព្រលានយន្តហោះ
ខេត្តកោះកុងនឹងក្លាយជាស្ថានតភ្ជាប់ខេត្តសៀមរាប រាជធានីភ្នំពេញ និងតំបន់ផ្សេងទៀត ឬអាចតភ្ជាប់ជា
លក្ខណៈអន្តរជាតិផងដែរក្នុងអនាគត។

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

(៨៤) ខេត្តកែប ជាគោលដៅទេសចរណ៍ សម្រាកលម្អែក សម្រាប់សុខភាព និងជាមជ្ឈមណ្ឌល
ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរដែលស្រឡាញ់ធម្មជាតិ។ លក្ខណៈពិសេសទាំងនេះ បានធ្វើឲ្យខេត្តទាំងបួននេះ
ត្រូវបានធ្វើសមាហរណកម្មទៅជាតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា ដោយអ័ក្សនៃតំបន់ឆ្នេរតភ្ជាប់ពីខេត្តកោះកុង
មកខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តកំពត និងខេត្តកែប ជាមួយផ្លូវអាស៊ានហាយវេលេខ១២៣ និងភ្ជាប់មករាជធានី
ភ្នំពេញតាមរយៈអ័ក្សភ្នំពេញ ព្រះសីហនុ ជាមួយផ្លូវហាយវេលេខ១១។ ជាមួយគ្នានេះដែរ យើងក៏ឃើញ
យើញនូវការរីកចម្រើនលូតលាស់យ៉ាងឆាប់រហ័សខាងផ្នែកនគរូបនីយកម្ម និងសំណង់ ដូចជា សណ្ឋាគារ
ផ្ទះសំណាក់ ភោជនីយដ្ឋាន មណ្ឌលកម្សាន្ត មណ្ឌលយន្តហោះជាដើម ដែលបាន រួមចំណែកជាយ៉ាងសំខាន់
ទំព័រ ២១/ ៥៧



កម្ពស់ជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋនៅតាមតំបន់ឆ្នេរ និងបានគាំទ្រដល់ការរីកលូតលាស់នៃអន្តរ
វិស័យដទៃទៀត។ ជាមួយ ការវិនិយោគឯកជនទាំងអស់នេះ កំពុងមានសន្ទុះរីកចម្រើនយ៉ាងខ្លាំងនៅខេត្ត
តំបន់ឆ្នេរនេះ។ ការវិនិយោគត្រូវបានអនុម័តចំនួន១១៧គម្រោង ស្មើនឹង១០ ៧០១លានដុល្លារ ស្មើនឹង
៤១,៦%នៃគម្រោងវិនិយោគសរុបទូទាំងប្រទេស។

(៨៥) ជាយុទ្ធសាស្ត្រកំពង់ផែទេសចរណ៍ខ្នាតអន្តរជាតិមួយចាំបាច់ត្រូវកសាងឡើង នៅខេត្ត
កំពត ដើម្បីជាច្រកចូលបន្ថែមក្នុងតំបន់ ពិសេសភ្ជាប់តំបន់កោះនានា និងភាគខាងត្បូងវៀតណាម
ជាមួយ "បូកគោ" នៅពេលដែលតំបន់ទាំងនេះភ្ជាប់គ្នា។ ក្រៅពីនេះ ត្រូវលើកទឹកចិត្តជំរុញការវិនិយោគ
ទេសចរណ៍កម្សាន្តតាមនាវាតាមប្រជុំកោះ និងតាមបណ្តោយឆ្នេរ ដោយរួមមានការកសាង រមណីយដ្ឋាន
ទេសចរណ៍ សកម្មភាពកីឡាទេសចរណ៍ (ពិសេសកីឡាកូនហ្គោល) និងប្រភេទទេសចរណ៍កម្សាន្ត
សមស្របផ្សេងៗទៀត។ តំបន់នេះក៏មានសក្តានុពលទាក់ទាញប្រភេទទេសចរណ៍សុខភាព ជាលក្ខណៈ
សម្រាក លម្អ កម្សាន្ត ស្បៀង សុខភាព ឬការរៀបចំមណ្ឌលទេសចរណ៍សម្រាប់ភ្ញៀវវេយចំណាស់ស្នាក់នៅ
រយៈពេលមធ្យមនិងវែង ដោយភ្ជាប់ជាមួយប្រព័ន្ធថែរក្សាសុខភាព និងប្រភេទទេសចរណ៍ "ផ្ទះទី២"។
ទីផ្សារបែបនេះ កំពុងមាននិន្នាការកើនឡើងនៅអាស៊ី ដោយសារកត្តាអាកាសធាតុ និងលក្ខណៈធម្មជាតិ
ផ្សេងទៀតល្អប្រសើរ សន្តិសុខ សុវត្ថិភាពល្អ និងការចំណាយមានកម្រិតសមរម្យ។

(៨៦) ទោះបីបច្ចុប្បន្ន ចំនួនទេសចរអន្តរជាតិទៅកាន់តំបន់ឆ្នេរមានប្រមាណជា១០%នៃភ្ញៀវសរុប
មកកម្ពុជាក៏ដោយ ក៏ប៉ុន្តែនិន្នាការទេសចរណ៍បានបង្ហាញការស្ទុះឡើងឆាប់រហ័ស ស្របតាមការ រីកចម្រើន
នៃប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ។ តាមពិតទៅនៅក្នុងពិភពលោក តម្រូវការអេកូទេសចរណ៍មានសមាមាត្រ
ប្រហាក់ប្រហែលនឹងតម្រូវការផ្នែកទេសចរណ៍វប្បធម៌ ពិសេសក្នុងសភាពការណ៍បច្ចុប្បន្ន ដែលមាន
ចរន្តទប់ទល់ការកើនកំដៅជាសកល។ ចំពោះកម្ពុជា និន្នាការនេះនឹងមើលឃើញកាន់តែច្បាស់នៅពេល
ខាងមុខ។ តំបន់ឆ្នេរទទួលបានតម្រូវការទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកច្រើនជាងភ្ញៀវអន្តរជាតិដោយហេតុថាតម្រូវការ
សម្រាកលម្អកម្សាន្តនៃភ្ញៀវក្នុងស្រុកច្រើន ពិសេសពេលបុណ្យឬថ្ងៃឈប់សម្រាក ហើយការផ្សព្វផ្សាយ
និងការតភ្ជាប់ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ នៅមានកម្រិតនៅឡើយសម្រាប់ភ្ញៀវបរទេស។ ថ្ងៃអនាគត និន្នាការនេះ
នឹងប្រែប្រួលនៅពេលដែលព្រលានយន្តហោះខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តកោះកុង និងរមណីយដ្ឋាន ភ្នំបូកគោ
បើកដំណើរការពេញលេញ ហើយឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជាដែលជាសមាជិកក្លឹបឆ្នេរដ៏ស្អាតបំផុតក្នុងពិភពលោក
ត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងទូលំទូលាយ។

(៨៧) យ៉ាងណាក៏ដោយតំបន់ឆ្នេររបស់កម្ពុជា ត្រូវអភិវឌ្ឍដោយប្រុងប្រយ័ត្ន ត្រូវមានផែនការ
ច្បាស់លាស់ និងយន្តការអនុវត្តត្រឹមត្រូវ ជៀសវាងការប៉ះពាល់អវិជ្ជមាននានាកើតឡើងដូចប្រទេស
មួយចំនួនដែលបាននិងកំពុងជួបប្រទះ។ សន្តិសុខ សុវត្ថិភាព និងជាសុកភាពត្រូវពង្រឹងនិងលើក
កម្ពស់ ជាប្រចាំដើម្បីធ្វើឲ្យតំបន់ឆ្នេរក្លាយជាប៉ូលទេសចរណ៍លំដាប់អន្តរជាតិ ហើយសក្តានុពលជា
សមាជិកនៃក្លឹបឆ្នេរស្អាតបំផុតក្នុងលោក និងជាតារាកំពុងរះនាទិសនិរតី។



១.៥. ភូមិភាគឦសាន

(៨៨) ភូមិភាគឦសាន

តំបន់នេះមានសក្តានុពលទាក់ទាញ
និងធនធានធម្មជាតិ" ពិសេស
សត្វផ្សោតមេគង្គដ៏កម្រមាន
ឧទ្យានជាតិ ដូចជា ឧទ្យាន
មណ្ឌលគិរី និងភាពសម្បូរ
បាននិងកំពុងអភិវឌ្ឍនៅទីបំផុត។

(៨៩) ឦសានត្រូវបាន

របស់រាជរដ្ឋាភិបាលដើម្បី
ទេសចរណ៍សហគមន៍ (ដើម្បី
វប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិ)

(៩០) រាជរដ្ឋាភិបាល

កាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ដោយ
បង្កើតនិងដំណើរការ ដែល
ទេសចរណ៍។ ក្រៅពីនេះនៅ
ក៏បាននិងកំពុងបញ្ចូលសកម្ម
សហគមន៍ទេសចរណ៍ទាំងអស់
តំបន់មានការអភិវឌ្ឍ និងប្រែ
ដែលមានទម្លាប់កាប់ព្រៃ ឬ
នាំភ្ញៀវទស្សនាព្រៃ ឬសត្វធំ
យ៉ាងច្បាស់អំពីនិន្នាការ ផែ
និងជំរុញលើកទឹកចិត្ត ការចូល

(៩១) ឦសានជាប៉ូល

ល្អៗជាច្រើនដល់តំបន់ផ្សេងៗ
ប្រតិបត្តិការ "ត្រីកោណអភិវឌ្ឍន៍"
របស់រដ្ឋាភិបាលនៃប្រទេស
ទៅវិញទៅមកដោយសម្រួល
និងទស្សនាក្នុងតំបន់។ ក្រៅ
សម្ព័ន្ធត្រូវបានដាក់ចេញ និង
អភិវឌ្ឍ។ ថ្វីបើចំនួនភ្ញៀវទៅ

គាំទ្រដល់ការរីកលូតលាស់នៃអន្តរ
សន្ទុះរីកចម្រើនយ៉ាងខ្លាំងនៅខេត្ត
នឹង១០ ៧០១លានដុល្លារ ស្មើនឹង

ចាំបាច់ត្រូវកសាងឡើង នៅខេត្ត
នា និងភាគខាងត្បូងវៀតណាម
ត្រូវលើកទឹកចិត្តជំរុញការវិនិយោគ
យូរមានការកសាង រមណីយដ្ឋាន
(៧) និងប្រភេទទេសចរណ៍កម្សាន្ត
ទេសចរណ៍សុខភាព ជាលក្ខណៈ
សម្រាប់ភ្ញៀវវ័យចំណាស់ស្នាក់នៅ
និងប្រភេទទេសចរណ៍ "ផ្ទះទី២"។
អាកាសធាតុ និងលក្ខណៈធម្មជាតិ
សមរម្យ។

មានប្រមាណជា១០%នៃភ្ញៀវសរុប
រាប់រហ័ស ស្របតាមការ រីកចម្រើន
ការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍មានសមាមាត្រ
សភាពការណ៍បច្ចុប្បន្ន ដែលមាន
មើលឃើញកាន់តែច្បាស់នៅពេល
រៀបចំអន្តរជាតិដោយហេតុថាតម្រូវការ
យប់សម្រាក ហើយការផ្សព្វផ្សាយ
បរទេស។ ថ្ងៃអនាគត និន្នាការនេះ
ក្នុង និងរមណីយដ្ឋាន ភ្នំបូកគោ
ប្រឆាំងនឹងស្ថាប័នបំផុតក្នុងពិភពលោក

យប្រុងប្រយ័ត្ន ត្រូវមានផែនការ
រដ្ឋមាននានាកើតឡើងដូចប្រទេស
ជាសកុភាពត្រូវពង្រឹងនិងលើក
បំអន្តរជាតិ ហើយសក្តិសមជា

១៧



១.៥. ភូមិភាគឦសាន

(៨៨) ភូមិភាគឦសានភ្ជាប់គ្នាដោយខេត្ត៤គឺ ខេត្តក្រចេះ ស្ទឹងត្រែង រតនគិរី និងខេត្តមណ្ឌលគិរី។
តំបន់នេះមានសក្តានុពលទាក់ទាញផ្នែកអេកូទេសចរណ៍ ដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋាន "សម្បត្តិវប្បធម៌
និងធនធានធម្មជាតិ" ពិសេស វប្បធម៌ ប្រពៃណីរស់នៅរបស់បងប្អូនជនជាតិដើមភាគតិច និងភាពទោលនៃ
សត្វផ្សោតមេគង្គដ៏កម្រមានក្នុងលោក។ ក្រៅពីនេះភូមិភាគឦសានជាតំបន់សម្បូរដើរចម្រុះ តំបន់ការពារ
ឧទ្យានជាតិ ដូចជា ឧទ្យានជាតិវិជ័យ តំបន់រ៉ាមសារ ទេសភាព និងអាកាសធាតុល្អពិសេសនៅខេត្ត
មណ្ឌលគិរី និងភាពសម្បូរបែបនៃសត្វព្រៃ ដែលជាប្រភពទាក់ទាញទេសចរណ៍យ៉ាងសំខាន់ ដូចដែល
បាននិងកំពុងអភិវឌ្ឍនៅទ្វីបអាហ្វ្រិក។

(៨៩) ឦសានត្រូវបានលើកកម្ពស់តាមរយៈនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ក្រោមគោលនយោបាយ
របស់រាជរដ្ឋាភិបាលដើម្បី "កំណើនប្រសិទ្ធភាពការងារនិងសមធម៌" ពិសេសការឆ្ពោះទៅកាន់
ទេសចរណ៍សហគមន៍ (ដើម្បីគោលដៅនៃការជួយប្រជាជនសហគមន៍ផង និងការថែរក្សាការពារសម្បត្តិ
វប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិផង)។

(៩០) រាជរដ្ឋាភិបាលយល់ច្បាស់ណាស់អំពីសារៈសំខាន់នៃទេសចរណ៍សហគមន៍ ដើម្បីការ
កាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ដោយមកដល់ពេលនេះឦសានមានសហគមន៍ទេសចរណ៍គំរូចំនួន៦ ត្រូវបាន
បង្កើតនិងដំណើរការ ដែលគ្រប់គ្រងដោយសហគមន៍ផ្ទាល់ និងដោយមានការជួយជ្រោមជ្រែងពីក្រសួង
ទេសចរណ៍។ ក្រៅពីនេះនៅមានសហគមន៍ជាច្រើន ជាលក្ខណៈសហគមន៍ព្រៃឈើ សហគមន៍នេសាទ
ក៏បាននិងកំពុងបញ្ចូលសកម្មភាពទេសចរណ៍ដើម្បីចំណូលបន្ថែម។ ការអនុវត្តប្រកបដោយជោគជ័យក្នុង
សហគមន៍ទេសចរណ៍ទាំងអស់នេះ បានប្រែក្លាយភូមិភាគឦសានពីតំបន់ឆ្ងាយដាច់ស្រយាល ទៅជា
តំបន់មានការអភិវឌ្ឍ និងប្រែក្លាយធនធាននៅទីនោះទៅជាផលិតផលទេសចរណ៍។ ប្រជាជនសហគមន៍
ដែលមានទម្លាប់កាប់ព្រៃ ឬបាញ់សត្វ បានប្រែក្លាយទៅជាមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ឬជាអ្នកឧទ្ទេស
នាំភ្ញៀវទស្សនាព្រៃ ឬសត្វជំនួសវិញ ហើយទទួលបានផលច្រើនជាងទម្លាប់ចាស់។ ករណីនេះបានឆ្លុះបញ្ចាំង
យ៉ាងច្បាស់អំពីនិន្នាការ ផែនការយកទេសចរណ៍ជាឧបករណ៍ ក្នុងការរួមចំណែកកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ
និងជំរុញលើកទឹកចិត្ត ការចូលរួមរបស់ប្រជាជនក្នុងការថែរក្សាការពារធនធានធម្មជាតិ។

(៩១) ឦសានជាប៉ូលអាទិភាពនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍សហគមន៍ ដោយបានផ្តល់មេរៀន
ល្អជាច្រើនដល់តំបន់ផ្សេងៗទូទាំងប្រទេស។ ជាងនេះទៀត ឦសានស្ថិតក្នុងក្របខ័ណ្ឌនៃកិច្ចសហ
ប្រតិបត្តិការ "ត្រីកោណអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា ឡាវ វៀតណាម" ដែលជាតំបន់អាទិភាពមួយក្នុងគម្រោងអភិវឌ្ឍ
របស់រដ្ឋាភិបាលនៃប្រទេសទាំងបី។ តំបន់នេះត្រូវបានលើកទឹកចិត្ត ជំរុញការទស្សនារបស់ប្រជាជន
ទៅវិញទៅមកដោយសម្រួលយ៉ាងច្រើន ដូចជាការអនុញ្ញាតឱ្យប្រើប្រាស់ត្រឹមបណ្ណព្រំដែនក្នុងការឆ្លងកាត់
និងទស្សនាក្នុងតំបន់។ ក្រៅពីនេះ គម្រោងវិនិយោគសាធារណៈជាច្រើនរួមមាន គម្រោងហេដ្ឋារចនា
សម្ព័ន្ធត្រូវបានដាក់ចេញ និងអនុវត្តក្នុងតំបន់ត្រីកោណនេះ ដែលរុញឱ្យឦសានកម្ពុជាកាន់តែត្រូវបាន
អភិវឌ្ឍ។ ថ្វីបើចំនួនភ្ញៀវទៅទស្សនាឦសាននៅមានកម្រិត តែអត្រាកំណើនខ្ពស់រហូតដល់ប្រមាណជាង១០%



៣០%ក្នុងឆ្នាំ២០១១។ តម្រូវការក្នុងស្រុកកើនឡើងខ្លាំង ពិសេសក្រោយការស្ថាបនាផ្លូវជាតិលេខ៧ និង ផ្លូវទៅកាន់ខេត្តមណ្ឌលគិរី ស្ពានឆ្លងទន្លេសេកុង (ខេត្តស្ទឹងត្រែង) ផ្លូវតភ្ជាប់ស្ទឹងត្រែង រតនគិរី និង មណ្ឌលគិរី។ កំណើននេះពេលខ្លះបង្កការលំបាក និងចោទជាបញ្ហាស្តីពីការខ្វះសេវាកម្មស្នាក់នៅក្នុងខេត្ត ភូមិភាគឦសាន។

(៩២) កត្តាអាទិភាពនៃការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍នៅភូមិភាគនេះ គឺការបន្តសកម្មភាពឡើងនៃ ទេសចរណ៍សហគមន៍ អេកូទេសចរណ៍ ការរីករាយកម្សាន្តប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវជាមួយ ធម្មជាតិ និងការប្រើប្រាស់ប្រកបដោយមនសិការនូវសម្បត្តិវប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិ ដើម្បីការអភិវឌ្ឍ ទេសចរណ៍។ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធខ្នាតតូចតភ្ជាប់គោលដៅទាក់ទាញទេសចរណ៍ ត្រូវបន្តពង្រឹង និងពង្រីក ដើម្បីតភ្ជាប់ទីជនបទទាំងនេះឲ្យទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍។ សម្បទាទេសចរណ៍នានា ក្នុងនោះសេវាកម្ម ស្នាក់នៅ ដូចជា សណ្ឋាគារ ផ្ទះសំណាក់ ផ្ទះស្នាក់របស់ប្រជាជនត្រូវរៀបចំ និងបង្កលក្ខណៈ ជូនប្រជាជន ពិសេសអ្នករស់នៅក្នុងស្រុកដែលទទួលផលពីការរីកចម្រើននេះ។ ការវិនិយោគទ្រង់ទ្រាយធំ ត្រូវស្វាគមន៍ ប៉ុន្តែបើកម្រិតវិនិយោគមធ្យមឬតូចត្រូវបានពិចារណាលើទុកជូនប្រជាជនសហគមន៍មូលដ្ឋានគ្រប់គ្រង និងប្រតិបត្តិវិញ។ ករណីនេះ យើងមានមេរៀនមួយនៅតំបន់ទឹកជ្រោះប៊ូស្រាគី បរាជ័យនៃការវិនិយោគ ឯកជន ហើយត្រឡប់មកគ្រប់គ្រងដោយសហគមន៍ទេសចរណ៍វិញ។

(៩៣) ភូមិភាគឦសានមានប្រព័ន្ធផ្លូវតភ្ជាប់ល្អប្រសើរ ក្នុងនោះផ្លូវលេខ៧ លេខ៨ និងលេខ៧៦ និងមានតម្រូវការវិនិយោគផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបន្ថែម ដើម្បីឲ្យតំបន់នេះមានសមត្ថភាពពេញលេញ ក្នុងការទាក់ទាញទេសចរណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិ ពិសេសការប្រែក្លាយជាប៉ូល(មេដៃកម្ទេចមួយទៀត) មិន គ្រាន់តែកម្ពុជាប៉ុណ្ណោះទេគឺ តំបន់ត្រីកោណទាំងមូល។ ព្រលានយន្តហោះខ្នាតអន្តរជាតិកម្រិតមធ្យមមួយ ចាំបាច់ត្រូវស្ថាបនាឡើងនៅភូមិភាគឦសាន ពិសេសក្នុងខេត្តរតនគិរី ដើម្បីបម្រើទាំងការដឹកជញ្ជូនទេសចរ និងទាំងការដឹកទំនិញកសិកម្ម និងផលិតផលរ៉ែ។ ព្រលានយន្តហោះនេះនឹងដើរតួនាទីជាស្នូលនៃតំបន់ ត្រីកោណ ព្រោះថាខេត្តតំបន់នោះជាច្រើន ទាំងកម្ពុជា ឡាវ និងវៀតណាម ពុំទាន់មានព្រលានយន្តហោះ ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិនៅឡើយ។

(៩៤) វាលយន្តហោះ(លក្ខណៈក្នុងស្រុក) គួរត្រូវពិចារណាសិក្សាក្នុងការស្តារឡើងវិញនៅលើ ទីតាំងដែលមានស្រាប់ ឬទីតាំងថ្មីនៅខេត្តក្រចេះ ខេត្តស្ទឹងត្រែង ឬខេត្តមណ្ឌលគិរី ក្នុងនោះខេត្តក្រចេះ មានអាទិភាពជាង ដោយសារភាពទាក់ទាញនៃសត្វផ្សោត និងការឃ្លាតឆ្ងាយពីខេត្តរតនគិរី ធៀបនឹង ខេត្តពីរទៀត។ វាលយន្តហោះនេះនឹងប្រើជាលក្ខណៈក្នុងស្រុកតភ្ជាប់ជាមួយរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប ខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តកោះកុង ខេត្តបាត់ដំបង ឬវាលយន្តហោះខេត្តព្រះវិហារក្នុងថ្ងៃអនាគត។

១.៦. តំបន់ជុំវិញបឹងទន្លេសាប

(៩៥) បឹងទន្លេសាបមិនគ្រាន់តែជាជង្រុកត្រីដ៏សម្បូរបែបប៉ុណ្ណោះទេ តែថែមទាំងជាតំបន់ដែល ផ្តល់នូវផលិតផលទេសចរណ៍ច្រើនយ៉ាងទាំង " វប្បធម៌និងធម្មជាតិ " ពិសេសការតភ្ជាប់ជាមួយតំបន់



ទេសចរណ៍អង្គរ និងភាព ដ៏វៃចម្រុះផ្សារភ្ជាប់គ្នា និង ការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹង ធម្មជាតិនិងវប្បធម៌។

(៩៦) ទិវាទេសចរ រវាងទេសចរណ៍ និងដីវៃចម្រុះ សេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន

(៩៧) តំបន់បឹងទន្លេសាប តំបន់អង្គរដ៏ល្បីល្បាញ តំបន់ ក្នុងការអភិវឌ្ឍយ៉ាងឆាប់រហ័ស ដែលតំបន់នេះមាននោះគឺ ពិសេសផ្លូវជាតិលេខ៥និង ទស្សនាកម្សាន្តតាមផ្លូវទឹក តំបន់នេសាទ។ល។ ការអ លើផ្ទៃបឹងទន្លេសាប ដែល ការរៀបចំសហគមន៍ទេសចរ ស្រាប់ ដើម្បីបង្កើតផលិត ទេសចរណ៍នេះ នឹងជួយបំប៉ន និងកំពុងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ កម្រិតនៅឡើយ ដែលទាមទារ តំបន់អង្គរ ក្នុងនោះរួមមាន "អាស៊ាន" តភ្ជាប់រាជធានីភ្នំពេញ ដែលមានសក្តានុពលទាក់ ទាញ ផ្ទះខ្មែរបុរាណ អង្គរ នៅបឹងកំពង់ព្វយ រមណីយ តភ្ជាប់ទៅខេត្តផ្សេងៗ ក្នុង ដ៏សំខាន់។

(៩៨) ខេត្តពោធិ៍សាត់ រាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្តបា ទាំងនេះ មានធនធានច្រើន កេរដំណែលប្រវត្តិសាស្ត្រ

តាមការស្ថាបនាផ្លូវជាតិលេខ៧ និង
ផ្លូវតភ្ជាប់ស្ទឹងត្រែង រតនគិរី និង
ស្តីពីការខ្វះសេវាកម្មស្នាក់នៅក្នុងខេត្ត

ភូមិភាគនេះ គឺការបន្តសកម្មភាពនៃ
កម្រិតដោយការទទួលខុសត្រូវជាមួយ
ឯធនធានធម្មជាតិ ដើម្បីការអភិវឌ្ឍ
ទេសចរណ៍ ត្រូវបន្តពង្រឹង និងពង្រីក
ទេសចរណ៍នានា ក្នុងនោះសេវាកម្ម
រៀបចំ និងបង្គុលកូណៈ ជូនប្រជាជន
វិនិយោគទ្រង់ទ្រាយធំ ត្រូវស្វាគមន៍
ជាជនសហគមន៍មូលដ្ឋានគ្រប់គ្រង
ភារកិច្ចស្រាវជ្រាវ បរាជ័យនៃការវិនិយោគ

ភាគីផ្លូវលេខ៧ លេខ៨ និងលេខ៧៦
តំបន់នេះមានសមត្ថភាពពេញលេញ
យជាប៉ុល(មេដែកថ្មីមួយទៀត) មិន
ហោះខ្នាតអន្តរជាតិកម្រិតមធ្យមមួយ
ដើម្បីបម្រើទាំងការដឹកជញ្ជូនទេសចរ
ភាគីនេះនឹងដើរតួនាទីជាស្នូលនៃតំបន់
ណាម ពុំទាន់មានព្រលានយន្តហោះ

សកម្មភាពក្នុងការស្តារឡើងវិញនៅលើ
ខេត្តមណ្ឌលគិរី ក្នុងនោះខេត្តក្រចេះ
ឃ្លាតឆ្ងាយពីខេត្តរតនគិរី ធៀបនឹង
រាមយកជានិក្ខំពេញ ខេត្តសៀមរាប
វិហារក្នុងថ្ងៃអនាគត។

ឈ្មោះទេ តែថែមទាំងជាតំបន់ដែល
" ពិសេសការតភ្ជាប់ជាមួយតំបន់

ទេសចរណ៍អង្គរ និងភាពសម្បូរនៃជីវៈចម្រុះនៅក្នុងជីវមណ្ឌលនៃបឹងទន្លេសាប។ ទេសចរណ៍ និង
ជីវៈចម្រុះផ្សារភ្ជាប់គ្នា និងគាំទ្រគ្នាទៅវិញទៅមក មានន័យថា ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ គឺរួមចំណែកដល់
ការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹង ការស្រឡាញ់និងការការពារ ថែរក្សាជីវៈចម្រុះ និងប្រភពធនធាន
ធម្មជាតិនិងវប្បធម៌។

(៩៦) ទិវាទេសចរណ៍ពិភពលោកលើកទី៣១នៃឆ្នាំ២០១០ ក៏បានរំលេចអំពីចំណងទាក់ទង
រវាងទេសចរណ៍ និងជីវៈចម្រុះដូចមានចែងនៅក្នុងសារលិខិតអបអរសាទរទិវានេះរបស់ សម្តេចអគ្គមហា
សេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

(៩៧) តំបន់បឹងទន្លេសាបភ្ជាប់ដោយខេត្តនៅជុំវិញ ដែលមានសក្តានុពលទេសចរណ៍។ ក្រៅពី
តំបន់អង្គរដ៏ល្បីល្បាញ តំបន់នេះ គឺជាតំបន់អេកូទេសចរណ៍ដ៏ធំបំផុត និងជាតំបន់ដែលមានលទ្ធភាព
ក្នុងការអភិវឌ្ឍយ៉ាងឆាប់រហ័ស ឲ្យទៅជាគោលដៅទេសចរណ៍ដាច់អន្តរជាតិ។ លទ្ធភាពចម្បង៥
ដែលតំបន់នេះមាននោះគឺ (១) ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតភ្ជាប់ល្អប្រសើរទាំងផ្លូវទឹក ផ្លូវគោក និងផ្លូវអាកាស
ពិសេសផ្លូវជាតិលេខ៥និងលេខ៦ ភ្ជាប់រាជធានីភ្នំពេញទៅព្រំដែនប្រទេសថៃ។ (២) ការធ្វើនាវាចរណ៍និងការ
ទស្សនាភូមិភាគតាមផ្លូវទឹក ទស្សនាតាមភូមិអ្នកនេសាទ ភូមិបណ្តែតទឹក ព្រៃលិចទឹក តំបន់ជម្រកសត្វ
តំបន់នេសាទ។ល។ ការអភិវឌ្ឍជាប្រភេទនាវាទេសចរណ៍កម្រិតអន្តរជាតិ សម្រាប់ការលំហែកម្សាន្តនៅ
លើផ្ទៃបឹងទន្លេសាប ដែលមានទេសភាពដ៏ស្រស់ស្អាតនឹងផ្តល់ជម្រើសថ្មីដល់ទេសចរបន្ថែមទៀត។ (៣)
ការរៀបចំសហគមន៍ទេសចរណ៍ថ្មី ឬបញ្ចូលសកម្មភាពទេសចរណ៍ទៅក្នុងសហគមន៍នានា ដែលមាន
ស្រាប់ ដើម្បីបង្កើតផលិតផលផង និងជួយផ្តល់ប្រយោជន៍ជូនប្រជាជនសហគមន៍ផង ដែលផល
ទេសចរណ៍នេះ នឹងជួយបន្ថែមលើចំណូលដែលប្រជាជនធ្លាប់មាន។ (៤) ក្រៅពីខេត្តសៀមរាប ដែលបាន
និងកំពុងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍យ៉ាងសកម្ម ខេត្តផ្សេងៗទៀតមានសក្តានុពលច្រើន តែការអភិវឌ្ឍនៅមាន
កម្រិតនៅឡើយ ដែលទាមទារការជំរុញអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ឬមេដែកឆក់ "រណប" របស់
តំបន់អង្គរ ក្នុងនោះរួមមានខេត្តទាំងឡាយនៅតាមដងផ្លូវជាតិលេខ៥ ដែលជាផ្នែកដ៏សំខាន់មួយនៃផ្លូវ
"អាស៊ាន" តភ្ជាប់រាជធានីភ្នំពេញ បាងកក និងក្រុងហូជីមិញ។ ខេត្តបាត់ដំបងជាមេដែកមួយនៃតំបន់នេះ
ដែលមានសក្តានុពលទាក់ទាញទេសចរណ៍ខ្លាំងណាស់ ដូចជា ប្រាង្គប្រាសាទបុរាណនៅឯកង្គំ ស្រុក
បាណន ផ្ទះខ្មែរបុរាណ អគារស្ថាបត្យកម្ម ប្រវត្តិសាស្ត្រ តំបន់ទេសភាពធម្មជាតិ និងការរៀបចំ ដូចជា
នៅបឹងកំពង់ពួយ រមណីយដ្ឋានជ្រលងបព្វតា ព្រែកទីល។ល។ ខេត្តបាត់ដំបង គឺជាស្នូលនៃតំបន់ក្នុងការ
តភ្ជាប់ទៅខេត្តផ្សេងៗ ក្នុងនោះមានខេត្តប៉ៃលិន និងខេត្តបន្ទាយមានជ័យ ដែលជាខេត្តជាប់ព្រំដែន
ដ៏សំខាន់។

(៩៨) ខេត្តពោធិ៍សាត់ និងខេត្តកំពង់ឆ្នាំង បច្ចុប្បន្នគ្រាន់តែជាខេត្តឆ្លងកាត់របស់ទេសចរ រវាង
រាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្តបាត់ដំបងប៉ុណ្ណោះ មិនទាន់មានការអភិវឌ្ឍពេញលេញនៅឡើយ។ ការពិតខេត្ត
ទាំងនេះ មានធនធានច្រើនដែលមិនទាន់កែច្នៃឲ្យទៅជាផលិតផលទេសចរណ៍ ក្នុងនោះរួមមានតំបន់
កេរដំណែលប្រវត្តិសាស្ត្រ វប្បធម៌ ប្រពៃណីរបស់ប្រជាជន ដូចជាការផលិតក្តម ឆ្នាំង សំបុកដូងក្តែង



វត្តអនុស្សាវរីយ៍ធ្វើអំពីថ្ម ឬវត្តធាតុផ្សេងៗ ព្រៃលិចទឹក តំបន់នេសាទ និងសហគមន៍ ប្រជាជននៅតាម
ដងទន្លេ និងបឹងទន្លេសាប និងតំបន់ទេសភាពធម្មជាតិជាច្រើនទៀត ពិសេសតំបន់ភ្នំក្រវាញ ក្នុងនោះ
វារីអគ្គិសនីអាត្មានៅខេត្តពោធិ៍សាត់ នឹងក្លាយជាតំបន់អេកូទេសចរណ៍ដ៏មានភាពទាក់ទាញ។ តំបន់ជុំវិញ
បឹងទន្លេសាប គឺជាជម្រកនៃផលិតផលក្នុងស្រុក ដូចជា អង្ករ បន្លែ ត្រី សាច់ ផ្លែឈើ។ល។
ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍ជំនួសការនាំចូលពីបរទេស។ ភាពល្បី និងពេញនិយមនៃអង្ករឆ្មារៀង(មិនប្រើជីគីមី)
នៃខេត្តបាត់ដំបង ក្រូចពោធិ៍សាត់ និងត្រីស្រស់ៗមកពីបឹងទន្លេសាប និងផលិតផលផ្សេងៗជាច្រើនទៀត
បាននិងកំពុងស្រូបទាញទេសចររាប់លាននាក់មកកាន់តំបន់នេះ ពិសេសទេសចរក្នុងស្រុករួមទាំងជន
បរទេសបម្រើការងារនៅកម្ពុជា។

(៩៩) យ៉ាងណាក៏ដោយ ដើម្បីឈានទៅសម្រេចចក្ខុវិស័យឆ្នាំ២០២០ និងទៅមុខទៀត តំបន់
ជុំវិញបឹងទន្លេសាប ត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់ជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និង
ការទទួលខុសត្រូវគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធរួមទាំងប្រជាជន។ ការអភិវឌ្ឍត្រូវមានផែនការច្បាស់លាស់ និង
អនុវត្តត្រឹមត្រូវជៀសវាងបង្កឱ្យមាននាថ្ងៃអនាគត។ ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយស្ថាប័ន
ពាក់ព័ន្ធ អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ ពិសេស UNESCO និងដោយមានការគាំទ្រពីប្រទេសអូស្ត្រាលី
បាននិងកំពុងរៀបចំសិក្សាដើម្បីឈានទៅកសាងផែនការមេ ផែនការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ប្រកបដោយ
និរន្តរភាពជុំវិញបឹងទន្លេសាប។

(១០០) ជាយុទ្ធសាស្ត្រតំបន់នេះ ត្រូវបន្ថែមហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធចាំបាច់មួយចំនួនទៀត ដើម្បីត្រៀម
លក្ខណៈស្រូបយក និងទទួលបានតម្រូវការទេសចរណ៍ដ៏ខ្លាំងនាពេលខ្លីខាងមុខ។ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រ
រួមមាន (១) កំពង់ផែទេសចរណ៍នៅខេត្តបាត់ដំបង ពោធិ៍សាត់ និងកំពង់ឆ្នាំង (២) ស្ថានីយចំណត
ទេសចរណ៍តាមដងផ្លូវជាតិលេខ៥និងលេខ៦ បន្ថែមលើគម្រោងដែលកំពុងសាងសង់នៅខេត្តពោធិ៍សាត់។
ជំហានដំបូងមានការអភិវឌ្ឍស្ថានីយចំណតតាមដងផ្លូវដែលមានស្រាប់ របស់ប្រជាជនឲ្យបានប្រសើរឡើង
ទាំងសោភ័ណភាព គុណភាព និងអនាម័យដើម្បីទទួលទេសចរ។ (៣) ស្ដារព្រលានយន្តហោះខេត្ត
បាត់ដំបងឡើងវិញ និងឈានទៅដំណើរការជាលក្ខណៈក្នុងស្រុក ដោយភ្ជាប់ការហោះហើរជាមួយរាជធានី
ភ្នំពេញ ខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តសៀមរាប ខេត្តព្រះវិហារ និងភូមិភាគឦសាន។ (៤) ការរៀបចំធ្វើឲ្យ
ប្រសើរឡើងផ្នែកបរិស្ថានទេសចរណ៍នៅតាមទីក្រុង និងទីប្រជុំជនក្នុងតំបន់ ពិសេសការរៀបចំប្រព័ន្ធ
សម្អាតកាកសំណល់រឹងនិងរាវ ក្នុងនោះប្រព័ន្ធសម្អាតទឹកប្រើប្រាស់រួចនៅទីក្រុងបាត់ដំបងគួរត្រូវផ្តល់
អាទិភាព។

១.៧. តំបន់តាមដងទន្លេមេគង្គ និងទន្លេបាសាក់

(១០១) តំបន់នេះភ្ជាប់ភូមិភាគឦសាន ត្រង់ខេត្តក្រចេះ មកដល់ព្រំដែនជាមួយប្រទេសវៀតណាម
នៃទឹកដីខេត្តស្វាយរៀង និងខេត្តតាកែវ។ តំបន់នេះមានកម្រិតដងស៊ីតេប្រជាជនខ្ពស់ជីវភាពរស់នៅល្អ
ប្រសើរនិងមានប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធវិកចច្រើន។ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ក៏បាននិងកំពុងបោះជំហាន
ទៅមុខយ៉ាងសកម្ម ដោយសារតំបន់នេះនៅជាប់ជាមួយរាជធានីភ្នំពេញដែលជាប៉ូលដ៏សំខាន់ ក្នុងចំណោម



ងទៀតដែរ តំបន់មេគង្គនេះ
ត្រូវបានអភិវឌ្ឍដើម្បីស្រូបយក
និងតំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រនៅ
ហ្វូងព្រះស្តេចកន្សាប។ល។
ភ្នំបាឃៈកោនៃស្រុកគីរីវង្ស

(១០២) ក្រៅពីនេះ
ភាគច្រើនជាកសិករ និង
ព្រៃវែង ខេត្តស្វាយរៀង និង
និងវប្បធម៌នៃការរស់នៅ

២- ការសិក្សាទីផ្សារ

(១០៣) ផ្នែកនេះ
ភ្ញៀវអន្តរជាតិ និងការលើក
ទោះបីជាការសិក្សាទីផ្សារនេះ
ច្រើនដែលរួមគ្នាដោយរដ្ឋ
នោះយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ
ជាសកល។

(១០៤) ការសិក្សា
និងទាំងខាងក្រៅដោយជា
ផលិតផល (៣) ទីផ្សារ និង
ពិសេសការឈានទៅសម្រេច
និងសម្រេចបានគោលដៅ

(១០៥) ការអភិវឌ្ឍ
ផលិតផលទេសចរណ៍ ក៏
ទេសចរទស្សនាច្រើនដង។
ច្រើនប្រភេទ ហើយការចំណ
ទេសចរណ៍នានាក្នុងតំបន់
ជិតខាងប្រមាណ១០%
ប្រសើរ។ ម្ហូបអាហារថ្ងៃ
ដែលនាំចូលពីបរទេស។
ផ្លូវអាកាសលក្ខណៈក្នុងប្រ
កម្ពុជាបន្ថែម។

ទ និងសហគមន៍ ប្រជាជននៅតាម
ពិសេសតំបន់ភ្នំក្រវាញ ក្នុងនោះ
មានភាពទាក់ទាញ។ តំបន់ជុំវិញ
បន្លែ ត្រី សាច់ ផ្លែឈើ។
និយមនៃអង្ករឆ្ងាញ់(មិនប្រើដីគីមី)
និងផលិតផលផ្សេងៗជាច្រើនទៀត
ពិសេសទេសចរក្នុងស្រុករួមទាំងជន

ឆ្នាំ២០២០ និងទៅមុខទៀត តំបន់
ចរាចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និង
ត្រូវមានផែនការច្បាស់លាស់ និង
ទេសចរណ៍សហការជាមួយស្ថាប័ន
មានការគាំទ្រពីប្រទេសអូស្ត្រាលី
អភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ប្រកបដោយ

ចាំបាច់មួយចំនួនទៀត ដើម្បីត្រៀម
ខាងមុខ។ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រ
និងកំពង់ឆ្នាំង (២)ស្ថានីយចំណត
កំពង់សាងសង់នៅខេត្តពោធិ៍សាត់។
របស់ប្រជាជនឲ្យបានប្រសើរឡើង
(៣) ស្ដារព្រលានយន្តហោះខេត្ត
យក្លាប៉ាការហោះហើរជាមួយរាជធានី
គ្រួសារ។ (៤) ការរៀបចំធ្វើឲ្យ
តំបន់ ពិសេសការរៀបចំប្រព័ន្ធ
រួចនៅទីក្រុងបាត់ដំបងត្រូវផ្តល់

បំពង់ដែនជាមួយប្រទេសវៀតណាម
ប្រជាជនខ្ពស់ជីវភាពរស់នៅល្អ
ចរាចរណ៍ក៏បាននិងកំពុងបោះផ្សាយ
ដែលជាមូលដ្ឋានសំខាន់ ក្នុងការកសាង

ឯទៀតដែរ តំបន់មេគង្គនេះមានសក្ដានុពលទេសចរណ៍ "វប្បធម៌និងធម្មជាតិ" ជាច្រើនដែលមិនទាន់
ត្រូវបានអភិវឌ្ឍដើម្បីស្រូបយកផលពីទេសចរណ៍ឲ្យបានពេញលេញនៅឡើយ ដូចជា ប្រាសាទបុរាណ
និងតំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រនៅខេត្តកំពង់ចាមរួមមាន ប្រាសាទវត្តនគរ ភ្នំហាន់ជ័យ ភ្នំប្រុស ភ្នំស្រី តំបន់
ហ្លួងព្រះស្តេចកន្សែង។ល។ ខេត្តតាកែវនៅអង្គរវប្បធម៌អតីតរាជធានីទី១នៃអាណាចក្រខ្មែរ ភ្នំជីសូរ ទន្លេបាទី
ភ្នំបាយ៉ងកោនៃស្រុកគីរីវង្សដែលមានប្រវត្តិដ៏យូរលង់ និងភាពទាក់ទាញផ្នែកអេកូទេសចរណ៍ផងដែរ។

(១០២) ក្រៅពីនេះតំបន់នៅមានភាពទាក់ទាញពីវប្បធម៌ប្រពៃណី ប្រវត្តិសាស្ត្រនៃប្រជាជនដែល
ភាគច្រើនជាកសិករ និងសហគមន៍ប្រជាជនរស់នៅតាមដងទន្លេ ខេត្តកំពង់ចាម ខេត្តកណ្តាល ខេត្ត
ព្រៃវែង ខេត្តស្វាយរៀង និងខេត្តតាកែវ ដែលតំបន់នេះអាចផ្តល់ជូនទេសចរនូវផលិតផលកសិទេសចរណ៍
និងវប្បធម៌នៃការរស់នៅរបស់ប្រជាជន និងតំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រជាច្រើន។

២- ការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍

(១០៣) ផ្នែកនេះ គឺជាគ្រឹះដ៏សំខាន់សម្រាប់ជំរុញកំណើនទេសចរណ៍ ពិសេសការទាក់ទាញ
ភ្ញៀវអន្តរជាតិ និងការលើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាពការប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជានៅក្នុងតំបន់ និងអន្តរជាតិ។
ទោះបីជាការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជានៅមានកម្រិត ប៉ុន្តែយន្តការនិងសកម្មភាពជា
ច្រើនដែលរួមគ្នាដោយរដ្ឋនិងឯកជន បានជំរុញលើកកម្ពស់កិត្យានុភាពកម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិក្នុង
នោះយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ " កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា " បានទទួលការចូលរួមគាំទ្រជ្រួតជ្រាប
ជាសកល។

(១០៤) ការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាមានការពាក់ព័ន្ធទៅនឹងកត្តាទាំងខាងក្នុង
និងខាងក្រៅដោយជាប់ទាក់ទងកត្តា៤យ៉ាងសំខាន់គឺ (១) ផលិតផលទេសចរណ៍ (២) ថ្លៃលក់
ផលិតផល (៣) ទីផ្សារ និង(៤) ការផ្សព្វផ្សាយ ។ កត្តាទាំងនេះជាមូលដ្ឋានជំរុញការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍
ពិសេសការឈានទៅសម្រេចចក្ខុវិស័យនៃការប្រែក្លាយកម្ពុជា ជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោក
និងសម្រេចបានគោលដៅនៃការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនិងនិរន្តរភាព។

(១០៥) ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ បានបង្ហាញរួចហើយក្នុងផ្នែកខាងដើម។ កត្តាថ្លៃលក់
ផលិតផលទេសចរណ៍ ក៏ជាគំនាស់មួយមានឥទ្ធិពលក្នុងការជំរុញកំណើនទេសចរណ៍ និងការទាក់ទាញ
ទេសចរទស្សនាច្រើនជាង។ ជាមួយ ផលិតផលទេសចរណ៍កម្ពុជាត្រូវបានទទួលស្គាល់ថា នៅថ្មី និងមាន
ច្រើនប្រភេទ ហើយការចំណាយក្នុងការទស្សនារបស់ភ្ញៀវនៅមានកម្រិតសមរម្យ បើធៀបទៅនឹងគោលដៅ
ទេសចរណ៍នានាក្នុងតំបន់។ កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចកម្ពុជា(មិនគិតថ្លៃយន្តហោះអន្តរជាតិ) គឺទាបជាងប្រទេស
ជិតខាងប្រមាណ១០% ក្នុងនោះសេវាកម្មស្នាក់នៅត្រូវបានវាយតម្លៃថាមានកម្រិតសមរម្យនិងគុណភាព
ប្រសើរ។ ម្ហូបអាហារថ្លៃប្រហាក់ប្រហែលប្រទេសជិតខាង លើកលែងតែប្រភេទអាហារប្រភេទខ្លះ
ដែលនាំចូលពីបរទេស។ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូនច្រើនប្រភេទថ្លៃសមរម្យ លើកលែងតែការដឹកជញ្ជូនតាម
ផ្លូវអាកាសលក្ខណៈក្នុងស្រុកត្រូវបានចោទថា ថ្លៃខ្ពស់បង្ខំ និងសេវាបម្រើចាំបាច់ទាមទារជំរុញលើក
កម្ពស់បន្ថែម។



(១០៦) យ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចកម្ពុជាភាគច្រើនបានផ្សារភ្ជាប់ជាមួយគោលដៅ
ទេសចរណ៍ប្រទេសជិតខាង ដែលមានការតភ្ជាប់ការហោះហើរត្រង់ លក្ខណៈផ្លូវឆ្ងាយ ដូចជាប្រទេស
វៀតណាម ប្រទេសថៃ និងប្រទេសសិង្ហបុរី។ ដូច្នេះករណីនេះ អាចមានថ្លៃខ្ពស់ដោយសារថ្លៃសំបុត្រ
យន្តហោះលក្ខណៈអន្តរជាតិ និងជួបការលំបាកខ្លះៗ ក្នុងការរកសំបុត្រយន្តហោះតាមផ្លូវហោះហើរ
មួយចំនួនមកកាន់កម្ពុជា ពិសេសនៅរដូវភ្ញៀវច្រើន។ ករណីនេះអាចជាឧបសគ្គរារាំងដល់លំហូរ
ទេសចរ និងកំណើនទេសចរណ៍ ព្រោះថា ចំណែកទីផ្សារទេសចរណ៍មកកម្ពុជាតាមផ្លូវអាកាសមាន
ប្រមាណជាង៥០% នៃភ្ញៀវសរុប។

(១០៧) កត្តាផ្នែកនៃមានបញ្ហាប្រឈមសំខាន់មួយទៀត គឺការឡើងថ្លៃតាមរដូវកាលឬនៅពេល
បុណ្យទាននានាដែលមានតម្រូវការទេសចរណ៍ច្រើន។ ទោះជាការកើនឡើងនេះជាត្រឹមត្រូវតាមតម្លៃក៏ដោយ
"តម្រូវការខ្ពស់ជាងការផ្គត់ផ្គង់" ក៏កត្តានេះបាននិងកំពុងជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានដល់កំណើនទេសចរណ៍
ដែលទាមទារការដោះស្រាយឲ្យបានសមស្រប។ បញ្ហារដូវកាលក៏ចោទឡើងផងដែរ មានន័យថា
និន្នាការទេសចរណ៍ប្រចាំឆ្នាំហាក់ស្រដៀងគ្នា គឺនៅរដូវភ្ញៀវច្រើន(ខែតុលាដល់ខែមីនា) និងរដូវភ្ញៀវតិច
(ខែមេសាដល់ខែកញ្ញា)។ ការដោះស្រាយបានបញ្ហារដូវកាលនេះ គឺនឹងជួយដោះស្រាយបញ្ហាឡើងថ្លៃ
ក្នុងរដូវដែលមានភ្ញៀវច្រើន និងជំរុញបង្កើនភ្ញៀវនៅរដូវមានភ្ញៀវតិច ដែលនាំឲ្យបរិមាណភ្ញៀវប្រហាក់
ប្រហែលគ្នាក្នុងឆ្នាំទាំងមូល។

(១០៨) ជាយុទ្ធសាស្ត្រការដោះស្រាយបញ្ហាថ្លៃខ្ពស់ គឺសំខាន់ផ្ដោតទៅលើ (១) ការកាត់បន្ថយ
គម្លាតរវាងការផ្គត់ផ្គង់និងតម្រូវការ ដោយក្នុងនោះដោះស្រាយបញ្ហារដូវកាល បង្កើនការផ្គត់ផ្គង់
ទេសចរណ៍សមស្រប (២) បង្កើនការគ្រប់គ្រង ការដាក់ចេញវិធានការ និងការអនុវត្តម៉ត់ចត់។ ទោះបី
ស្ថិតក្នុងបរិបទនៃសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ដែលរដ្ឋមិនមានអន្តរាគមន៍ផ្ទាល់ចំពោះការកំណត់ថ្លៃក៏ដោយ ប៉ុន្តែ
ការឆ្ពោះទៅរកសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសង្គម ដែលទាមទារការគ្រប់គ្រងតម្រង់ទិសច្បាស់លាស់ពីរដ្ឋ និងការ
ចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ចំពោះកត្តាថ្លៃនិងឥទ្ធិពលនៃថ្លៃលើវិស័យទេសចរណ៍ គឺជាការគាំទ្រមិនអាច
ខ្វះបាន។

(១០៩) គួរកត់សម្គាល់ថា កត្តាផ្នែកអាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ប្រកបដោយគ្រោះថ្នាក់ក្នុងការប្រកួត
ប្រជែងដើម្បីដណ្តើមកំណើនតម្រូវការ ដូចជាការចុះថ្លៃដើម្បីបង្កើនបរិមាណលក់បណ្តាលឲ្យផលិតផល
និងសេវាទេសចរណ៍ធ្លាក់ចុះគុណភាពឬអាចឈានទៅដល់ការធ្លាក់ចុះប្រសិទ្ធភាពទាក់ទាញនៃគោល
ដៅទេសចរណ៍។

២.១. ទីផ្សារទេសចរណ៍

(១១០) ទីផ្សារទេសចរណ៍ប្រែប្រួល និងទទួលរងឥទ្ធិពលពីកត្តាសង្គម សេដ្ឋកិច្ច និងបរិស្ថាន។
វិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចកន្លងមកបានកាត់បន្ថយការរីកលូតលាស់នៃទីផ្សារទេសចរណ៍ពិភពលោក ពិសេសគឺបន្ទុក
ដែលមានការប៉ះពាល់ខ្លាំងនៃវិបត្តិ។



(១១១) យោងតាម
ជាង១០០ប្រទេសនៃពិភពលោក
បានបង្ហាញនូវនិន្នាការទីផ្សារ
មានចំណែកទីផ្សារប្រមាណ
(១១២) ទីផ្សារទេសចរណ៍
ដោយឈរលើមូលដ្ឋាននៃ
ប្រជាជនចេញទេសចរណ៍
ការសិក្សាភូមិភាគចិត្តទុក
ទេសចរណ៍ ព្រមទាំងទំនួល
ទេសចរណ៍។
(១១៣) យ៉ាងណាក៏ដោយ
ការសម្រួលការធ្វើដំណើរ
ទីផ្សារនិងគោលដៅទេសចរណ៍
ឈានទៅកំណត់បានច្បាស់
(១១៤) តម្រូវការ
(១) ស្ថានភាពខាងក្នុងនៃ
លក្ខណៈប្រជាជន (ឬចំណែក
ភាពទាក់ទាញនានា និង
ទៅលើផលិតផល សេវាទេសចរណ៍
(១១៥) ការសិក្សា
យុទ្ធសាស្ត្រ ផែនការ ឬវិធាន
ការសិក្សាភូមិភាគច្បាស់លាស់
មិនម៉ត់ចត់នឹងបណ្តាលឲ្យ
បរាជ័យក្នុងការសម្រេចចិត្ត
(១១៦) ទីផ្សារទេសចរណ៍
សាស្ត្រជាមួយគ្នា និងជាតំណាង
ប្រទេសក្នុងក្របខ័ណ្ឌអាស៊ី
ទីផ្សារទេសចរណ៍ដ៏សំខាន់
មិនឆ្ងាយពីកម្ពុជា គឺជាប្រទេស
ប្រទេសទាំងបួននេះមានប្រ

បានជ្រើសរើសជាមួយគោលដៅ
លក្ខណៈផ្លូវឆ្ងាយ ដូចជាប្រទេស
អាចមានផ្ទៃខ្ពស់ដោយសារផ្ទៃសំបុត្រ
សំបុត្រយន្តហោះតាមផ្លូវហោះហើរ
នេះអាចជាឧបសគ្គរារាំងដល់លំហូរ
ចរាចរណ៍មកកម្ពុជាតាមផ្លូវអាកាសមាន

ការឡើងថ្លៃតាមរដូវកាលឬនៅពេល
កើនឡើងនេះជាក្រឹត្យក្រមតម្លៃក៏ដោយ
លក្ខណៈមានដល់កំណើនទេសចរណ៍
ក៏ចោទឡើងផងដែរ មានន័យថា
ខុសគ្នាដល់ខែមីនា) និងរដូវភ្ញៀវតិច
គឺនឹងជួយដោះស្រាយបញ្ហាឡើងថ្លៃ
ដែលនាំឲ្យបរិមាណភ្ញៀវប្រហាក់

ផ្ដោតទៅលើ (១) ការកាត់បន្ថយ
បញ្ហារដូវកាល បង្កើនការផ្គត់ផ្គង់
ការ និងការអនុវត្តម៉ត់ចត់។ ទោះបី
ចំពោះការកំណត់ថ្លៃក៏ដោយ ប៉ុន្តែ
ម្រង់ទិសច្បាស់លាស់ពីរដ្ឋ និងការ
ប្រទេសចរណ៍ គឺជាការគាំទ្រមិនអាច

ប្រកបដោយគ្រោះថ្នាក់ក្នុងការប្រកួត
បរិមាណលក់បណ្តាលឲ្យផលិតផល
ប្រសិទ្ធភាពទាក់ទាញនៃគោល

កត្តាសង្គម សេដ្ឋកិច្ច និងបរិស្ថាន។
ចរាចរណ៍ពិភពលោក ពិសេសគឺបន្ត



(១១១) យោងតាមស្ថិតិនៃការមកដល់ទេសចរអន្តរជាតិ ទីផ្សារទេសចរណ៍កម្ពុជាមានប្រមាណ
ជាង១០០ប្រទេសនៃពិភពលោកទាំងមូល។ លទ្ធផលនៃការមកដល់ប្រមាណជា១០ឆ្នាំចុងក្រោយនេះ
បានបង្ហាញនូវនិន្នាការទីផ្សារប្រហាក់ប្រហែលគ្នា គឺមានន័យថា ទេសចរណ៍មកពីអាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក
មានចំណែកទីផ្សារប្រមាណ៦៩% អឺរ៉ុប២២០% អាមេរិក១០% អាហ្វ្រិកនិងមជ្ឈិមបូព៌ា១%។

(១១២) ទីផ្សារទេសចរណ៍ត្រូវបានកំណត់ជាទីផ្សារអាទិភាព ទីផ្សារចម្រុះ និងទីផ្សារកំពុងរះឡើង
ដោយឈរលើមូលដ្ឋាននៃការកំណត់៥យ៉ាងនោះគឺ (១) ចំនួនប្រជាជន (២) ចំណែកទីផ្សារ (៣) អត្រា
ប្រជាជនចេញទេសចរណ៍ក្រៅប្រទេស (៤) ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និង (៥) តម្រូវការទីផ្សារ។ ក្រៅពីនេះ
ការសិក្សាក៏ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ផងដែរអំពីរយៈពេលវែងនិងការតភ្ជាប់ពីទីផ្សារទេសចរណ៍មកគោលដៅ
ទេសចរណ៍ ព្រមទាំងទំនាក់ទំនងសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងកត្តាពាក់ព័ន្ធនានារវាងទីផ្សារនិងគោលដៅ
ទេសចរណ៍។

(១១៣) យ៉ាងណាក៏ដោយ ភាពទាក់ទាញនៃគោលដៅទេសចរណ៍តាមរយៈនៃការផ្សព្វផ្សាយ
ការសម្រួលការធ្វើដំណើរ ការផ្តល់ជម្រើសដោយស្រួលក្នុងការចូលទស្សនានិងការតភ្ជាប់ប្រសើររវាង
ទីផ្សារនិងគោលដៅទេសចរណ៍ គឺជាអាទិភាពចម្បងនៃការជំរុញនិន្នាការកើនឡើងនៃទេសចរណ៍និង
ឈានទៅកំណត់បានច្បាស់ទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗ។

(១១៤) តម្រូវការនៃទីផ្សារទេសចរណ៍មានការប្រែប្រួល អាស្រ័យដោយកត្តា៣យ៉ាងគោលគឺ
(១) ស្ថានភាពខាងក្នុងនៃទីផ្សារផ្ទាល់ ដូចជាស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច សង្គម នយោបាយ ការប្រែប្រួលនៃ
លក្ខណៈប្រជាជន (ឬចំណែកទីផ្សារ) (២) ឥទ្ធិពលខាងក្រៅជះទៅលើទីផ្សាររួមមានការផ្សព្វផ្សាយ និង
ភាពទាក់ទាញនានា និងការតភ្ជាប់ (៣) ស្ថានភាពខាងក្នុងនៃគោលដៅទេសចរណ៍ដែលផ្ដោតសំខាន់
ទៅលើផលិតផល សេវាទេសចរណ៍ ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ប្រវត្តិសាស្ត្រ កត្តាសន្តិសុខ សុវត្ថិភាព។ល។

(១១៥) ការសិក្សាទីផ្សារទេសចរណ៍ដើម្បីកំណត់ប្រភេទនៃទីផ្សារ និងឈានទៅដាក់ចេញនូវ
យុទ្ធសាស្ត្រ ផែនការ ឬវិធានការអនុវត្ត គឺត្រូវផ្អែកលើមូលដ្ឋានសំខាន់ៗដូចខាងលើ និងត្រូវទាមទារ
ការសិក្សាវិភាគច្បាស់លាស់ ដោយឈរលើប្រភពព័ត៌មានគាំទ្រផ្សេងៗជាច្រើន។ ការសិក្សាទីផ្សារ
មិនម៉ត់ចត់នឹងបណ្តាលឲ្យការដាក់ចេញនូវផែនការឬសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយមិនត្រឹមត្រូវ ហើយឈានទៅ
បរាជ័យក្នុងការសម្រេចចក្ខុវិស័យនៃកំណើនទេសចរណ៍។

(១១៦) ទីផ្សារទេសចរណ៍អាទិភាពរបស់កម្ពុជាគឺ តំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក ដែលមានទីតាំងភូមិ
សាស្ត្រជាមួយគ្នា និងជាតំបន់ដែលមានប្រជាជនច្រើន ការតភ្ជាប់ល្អ និងស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចល្អប្រសើរ។
ប្រទេសក្នុងក្របខ័ណ្ឌអាស៊ាន ពិសេសប្រទេសជិតខាងកម្ពុជា វៀតណាម ឡាវ និងប្រទេសថៃ គឺជាប្រភព
ទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ និងងាយទាក់ទាញ ខណៈដែលប្រទេសចិន ជប៉ុន កូរ៉េ និងឥណ្ឌា ដែលនៅ
មិនឆ្ងាយពីកម្ពុជា គឺជាប្រភពទេសចរណ៍ដ៏ធំបំផុតសម្រាប់អាស៊ី និងពិភពលោកបច្ចុប្បន្ន និងអនាគត។
ប្រទេសទាំងបួននេះមានប្រជាជនសរុបជិត៣ ០០០លាននាក់ ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចល្អប្រសើរ និងមានអត្រា



ប្រជាជនចេញទេសចរណ៍ក្រៅប្រទេសខ្ពស់។ ប្រទេសចិនជាទីផ្សារទេសចរណ៍ផង និងក៏ជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោកផងដែរ ដោយប្រទេសនេះទទួលទេសចរអន្តរជាតិរាប់លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។ ហើយចិនក្លាយជាស្នូលក្នុងការតភ្ជាប់ពិភពលោកជាមួយគោលដៅទេសចរណ៍នានា រួមមានកម្ពុជាផងដែរ។

(១១៧) ទេសចរចិនចេញក្រៅប្រទេសត្រូវបានគ្រោងប្រមាណ១០០លាននាក់ក្នុង១ឆ្នាំ ចាប់ពីឆ្នាំ២០២០ នៅពេលដែលឥណ្ឌានឹងមានប្រមាណ៣០លាននាក់ ជប៉ុនមានប្រមាណ៣០លាននាក់ និងកូរ៉េគ្រោងយ៉ាងតិចក៏មានជាង២០លាននាក់ផងដែរ។ ដូច្នេះប្រទេសបួននេះ នឹងមានទេសចរចេញក្រៅប្រទេសរហូតដល់ជិត២០០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។

(១១៨) ចលនាទេសចរណ៍នៅក្នុងអាស៊ាន នឹងមានសកម្មភាពកាន់តែខ្លាំងឡើងៗ ពិសេសគឺចាប់ពីឆ្នាំ២០១៥ នៅពេលតំបន់នេះត្រូវបានក្លាយទៅជា "សហគមន៍អាស៊ាន" ដែលកាន់តែត្រូវបានធ្វើសមាហរណកម្ម និងការបើកទូលាយ។ អាស៊ានដែលជាគោលដៅទេសចរណ៍ផង និងទីផ្សារទេសចរណ៍ដែលបានទទួលភ្ញៀវអន្តរជាតិប្រមាណ៨០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ ចាប់ពីឆ្នាំ២០១១ ក្នុងនោះការធ្វើដំណើរក្នុងអាស៊ានមានរហូតដល់ជាង៤៥%។ ភ្ញៀវមកពីចិន កូរ៉េ និងជប៉ុន ដណ្តើមបានចំណែកទីផ្សារជាង១៥% និងអឺរ៉ុបបាន១០%នៃភ្ញៀវសរុបមកអាស៊ាន។

(១១៩) និន្នាការកំណើននៃទេសចរណ៍អាស៊ាន បាននិងកំពុងក្លាយជាចលកររួមចំណែករុញកំណើនទេសចរណ៍កម្ពុជាយ៉ាងឆាប់រហ័ស ដោយសារកត្តាជាមូលដ្ឋានគ្រឹះទាំងឡាយដែលកម្ពុជាមានរួមទាំងកត្តាទីផ្សារ និងគោលដៅទេសចរណ៍ ក្នុងនោះកិច្ចសហការគ្នាស្នាក់នៅអាស៊ាន ក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទាក់ទាញទេសចរ "អាស៊ីអាគ្នេយ៍ផ្តល់ភាពកក់ក្តៅ" និងការតភ្ជាប់គ្នាប្រសើរក្នុងអាស៊ានគឺជាអាទិភាព។

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

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



(១២២) ការរក្សាទុកទេសចរអន្តរជាតិដែលទស្សនាទេសចរណ៍ផង និងជំរុញបូកបញ្ចូលគ្នាមានប្រជាជនក្រៅប្រទេស ដោយមិនដូចជា ការកម្សាន្តតាមកម្ពុជា) មានគោលដៅទាក់ទាញភ្ញៀវវៀតណាមប្រទេសជិតខាងទាំងពីរទទួលបានភ្ញៀវវៀតណាមជាង៥លាននាក់។

(១២៣) ចំពោះកសេដ្ឋកិច្ចអឺរ៉ុបនៅមានការរីកដល់វិស័យទេសចរណ៍កើនឡើង៥% និងរក្សាទាំងមូល ទទួលបានចំណែកទី១។

(១២៤) ចំណុចខ្លាំងរបួរធម៌ ប្រាសាទបុរាណ ស្ថិតភាពនយោបាយ សុវត្ថិភាពទីផ្សារអឺរ៉ុបនៅមានការលំបាកធ្វើដំណើរឆ្ងាយ និងអាចមានការហាមការហោះហើរ និងការប្រកួតប្រជែងនៃគោលដៅទេសចរណ៍។

(១២៥) យើងទទេសចរណ៍អាស៊ីកើនឡើងចំណែកទីផ្សារបង្អួច និងមាន

(១២៦) ការជំរុញសិក្សានិងកំណត់ទីផ្សារឲ្យបានត្រឹមត្រូវ និងជំរុញសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារនីមួយៗ ពិសេសប្រើទំនើប (៤) ជ្រើសរើសចំណុចរបួរធម៌គឺជាអាទិភាព (៥)

ទេសចរណ៍ផង និងក៏ជាគោលដៅ
ទេសចរអន្តរជាតិរាប់លាននាក់ក្នុង
គោលដៅទេសចរណ៍នានា រួមមាន

១០០លាននាក់ក្នុង១ឆ្នាំ ចាប់ពីឆ្នាំ
មានប្រមាណ៣០លាននាក់ និងក្នុង
នេះ នឹងមានទេសចរចេញក្រៅ

កាត់កាន់តែខ្លាំងឡើងៗ ពិសេសគឺ
និរតិករ" ដែលកាន់តែត្រូវបានធ្វើ
សចរណ៍ផង និងទីផ្សារទេសចរណ៍
ពីឆ្នាំ២០១១ ក្នុងនោះការធ្វើដំណើរ
នេះ ដំណើរបានចំណែកទីផ្សារជាង

កំពុងក្លាយជាចលកររួមចំណែករុញ
ដ្ឋានគ្រឹះទាំងឡាយដែលកម្ពុជាមាន
រដ្ឋាភិបាលនៃអាស៊ាន ក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រ
ស៊ីវិលក្នុងអាស៊ានគឺជាអាទិភាព។

មួយលាននាក់ក្នុងឆ្នាំ២០១១ ដែល
បំផុត ក្នុងទី២ និងទី៣ប្រទេសចិន។
ក្នុងទីផ្សារនិងគោលដៅទេសចរណ៍
ចូលរួមព្រៀងការដឹកជញ្ជូនឆ្លងកាត់
នានារួមមាន ការលើកលែងទិដ្ឋាការ

ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមល្អ
ដំណើរតាមផ្លូវគោកកាន់តែមានសន្តិ
ភាពនៅ និងការចំណាយមាននិរន្តរភាព
កាត់កាលវិភាគទេសចរណ៍នេះ
រៀបចំបានជំរុញកំណើន

(១២២) ការរក្សានិងជំរុញកំណើនទេសចរណ៍និងប្រទេសជិតខាងរួមមានប្រទេសថៃ និង
ទេសចរអន្តរជាតិដែលទស្សនាប្រទេសទាំងនេះ គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រចម្បងក្នុងការរក្សាស្ថានភាព ស្ថិរភាព
ទេសចរណ៍ផង និងជំរុញសម្រេចចិត្តវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ផងដែរ។ រៀបចំនិងថៃ
បូកបញ្ចូលគ្នាមានប្រជាជនជាង១៥០លាននាក់ ក្នុងនោះមានរហូតដល់ជិត១០លាននាក់ ទេសចរចេញ
ក្រៅប្រទេស ដោយមិនទាន់គិតភ្ញៀវឆ្លងដែនរយៈពេលខ្លីសម្រាប់ការលម្អិតម្យ៉ាងតាមតំបន់ព្រំដែន
ដូចជា ការកម្សាន្តតាមមណ្ឌលកម្សាន្តនានាជាដើម។ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជានិងឡាវ(ភាគច្រើននៅ
កម្ពុជា) មានគោលដៅទេសចរណ៍ប្រភេទ"កម្សាន្ត" មិនតិចជាង៤០កន្លែងនៅតាមព្រំដែន ដែលបាននិង
កំពុងទាក់ទាញភ្ញៀវរៀបចំណាម ថៃ និងភ្ញៀវផ្សេងៗប្រមាណជាងមួយលាននាក់ជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ ក្រៅពីនេះ
ប្រទេសជិតខាងទាំងពីរទទួលភ្ញៀវអន្តរជាតិប្រមាណជិត២០លាននាក់ក្នុង១ឆ្នាំ(ថៃជាង១០លាននាក់និង
រៀបចំណាមជាង៥លាននាក់) ដែលនេះគឺជាប្រភពទីផ្សារដ៏ធំនៅជាប់នឹងកម្ពុជាតែម្តង។

(១២៣) ចំពោះកម្ពុជា ទីផ្សារអឺរ៉ុបនៅតែជាទីផ្សារដ៏សំខាន់ ទោះបីជាស្ថិតក្នុងស្ថានភាពដែល
សេដ្ឋកិច្ចអឺរ៉ុបនៅមានការលំបាកក៏ដោយ។ នៅក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិកន្លងមកដែលជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមាន
ដល់វិស័យទេសចរណ៍ ពិសេសការធ្លាក់ចុះទេសចរណ៍ តែកម្ពុជាទាក់ទាញបាននិងជំរុញភ្ញៀវអឺរ៉ុប
កើនឡើង៥% និងរក្សាបានចំណែកទីផ្សារអឺរ៉ុបជិត២០%ក្នុងចំនួនភ្ញៀវសរុប ខណៈដែលអាស៊ាន
ទាំងមូល ទទួលបានចំណែកទីផ្សារអឺរ៉ុបបានតែ១០%ប៉ុណ្ណោះ។

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

(១២៥) យើងទទួលស្គាល់ថា ចំណែកទីផ្សារអឺរ៉ុបនឹងរួមចុះបន្តិចនៅពេលដែលសកម្មភាព
ទេសចរណ៍អាស៊ីកើនឡើង។ ទោះជាយ៉ាងនេះក្តី សម្រាប់កម្ពុជាទីផ្សារអឺរ៉ុបនៅតែសំខាន់ ដោយមាន
ចំណែកទីផ្សារបង្កើន និងមានកំណើន។

(១២៦) ការជំរុញបង្កើនទាក់ទាញទីផ្សារអឺរ៉ុបត្រូវយកចិត្តទុកដាក់លើកត្តាសំខាន់ៗ៧យ៉ាងគឺ (១)
សិក្សានិងកំណត់ទីផ្សារឲ្យច្បាស់លាស់ ប្រមូលព័ត៌មានពីប្រភពច្រើនផ្សេងៗ (២)យុទ្ធសាស្ត្រ ផែនការ
និងជំរុញសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយចូលជ្រៅក្នុងទីផ្សារ (៣) ជ្រើសរើសបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយសមស្របតាម
ទីផ្សារនីមួយៗ ពិសេសប្រើប្រាស់បណ្តាញផ្សព្វផ្សាយចូលដល់អតិថិជន ក្នុងនោះរួមមានប្រព័ន្ធបណ្តាញ
ទំនើប (៤) ជ្រើសរើសចំណែកទីផ្សារឲ្យសមស្របនឹងផលិតផលទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុងនោះទេសចរណ៍
វប្បធម៌គឺជាអាទិភាព (៥)សម្រួលការធ្វើដំណើរនិងការតភ្ជាប់ការដឹកជញ្ជូន ក្នុងនោះជំរុញការហោះហើរ



ត្រង់ពីអីបមកកម្ពុជាឬការភ្ជាប់ការហោះហើរពីអីបមកក្នុងតំបន់ជាមួយកម្ពុជា ព្រោះថា អាកាសចរណ៍ អន្តរជាតិធំៗជាច្រើនបាននិងកំពុងហោះហើរត្រង់មកកាន់ប្រទេសក្នុងតំបន់ ដូចជា ប្រទេសវៀតណាម ថៃ សិង្ហបុរី ម៉ាឡេស៊ី ហុងកុង និងប្រទេសចិន។ល។ (៦) ការរៀបចំផលិតផល សេវា និងរបៀបរៀបរយ សណ្តាប់ធ្នាប់ អនាម័យ សម្រាប់ទាក់ទាញភ្ញៀវអីប។ ខ្សែទស្សនកិច្ចត្រូវមានរបៀប ដោយជៀសវាង ការត្រួតប្រញាប់នៃក្រុមទេសចរច្រើន គ្មានរបៀប នៅកន្លែងប្រមូលផ្តុំ និង(៧)សន្តិសុខ សុវត្ថិភាព គឺជាកត្តាចាំបាច់និងសំខាន់បំផុតព្រោះថា និន្នាការបច្ចុប្បន្ន ការព្រួយបារម្ភពីការគំរាមគំហែងភេរវកម្ម និងភាពគ្មានសុវត្ថិភាព គឺជាឧបសគ្គរាំងស្ទះដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ទន្ទឹមនឹងវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច នយោបាយ និងគ្រោះធម្មជាតិនានា។

(១២៧) ការទាក់ទាញទេសចរណ៍មកពីទីផ្សារអីប ក៏ត្រូវផ្ដោតផងដែរលើកត្តាផ្នែកស្បៀង (ផ្លែផលិតផល សេវា) ដែលជាផ្នែកមួយនៃ " កម្លាំងទិញ " យ៉ាងសំខាន់ ។ ក្រៅពីទីផ្សារទេសចរណ៍ខាង លើទីផ្សារដែលរះឡើងថ្មី ដូចជាទីផ្សាររុស្ស៊ី អូស្ត្រាលី និងមជ្ឈិមបូព៌ា ក៏ត្រូវជំរុញយកចិត្តទុកដាក់អភិវឌ្ឍ ទេសចរស្បៀងបានមកទស្សនាប្រទេសជិតខាងកម្ពុជា ប្រមាណ១លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។ ខណៈកម្ពុជាទើប ទទួលបានភ្ញៀវរុស្ស៊ី ប្រមាណជាង៧ម៉ឺននាក់ប៉ុណ្ណោះ ប៉ុន្តែបានបង្ហាញនូវកំណើនរហូតដល់១០០%។ ការហោះហើរត្រង់រុស្ស៊ី កម្ពុជា គឺជាមធ្យោបាយដ៏សំខាន់ ក្នុងការជំរុញកំណើនទេសចរណ៍។ ការហោះ ត្រង់នេះធ្លាប់មានកាលពីទសវត្សឆ្នាំ១៩៨០ ហើយក៏ត្រូវផ្អាកក្រោយមក។ បច្ចុប្បន្នអាកាសចរណ៍រុស្ស៊ី ហោះត្រង់មកកាន់វៀតណាមនិងថៃ ដែលកម្ពុជាត្រូវភ្ជាប់ការហោះហើរនេះឡើងវិញ។

(១២៨) ចំពោះទីផ្សារអាវ៉ាប់ គឺជាទីផ្សាររះឡើងថ្មីនិងមានកម្លាំងសេដ្ឋកិច្ចខ្លាំង។ កម្ពុជា អាវ៉ាប់ មានទំនាក់ទំនងល្អលើគ្រប់ផ្នែក ប៉ុន្តែការទាក់ទាញភ្ញៀវអាវ៉ាប់មកកម្ពុជានៅមានកម្រិតទាប ហើយការ ហោះហើរត្រង់ក៏ពុំទាន់មាន ទោះបីកិច្ចព្រមព្រៀងហោះហើរ ត្រូវបានឯកភាពរួចហើយក៏ដោយ។ ទីផ្សារ អាវ៉ាប់ ជាទូទៅមានតម្រូវការទេសចរណ៍កម្ពុជាពីរយ៉ាងសំខាន់នោះគឺ (១)ទិញទំនិញនិងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ (២) ទេសចរណ៍កម្រិតមធ្យមនិងខ្ពស់ទាក់ទងការសម្រាកលម្អែកម្សាន្ត។

(១២៩) ទាក់ទងប្រភេទទេសចរណ៍ កម្ពុជាស្វាគមន៍ទេសចរគ្រប់ប្រភេទ ដែលស្របតាមគោល នយោបាយជាតិលើវិស័យទេសចរណ៍និងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។ ក្រៅពីទីផ្សាររូបវន្តទាំងឡាយ កម្ពុជាបាននិងកំពុងឆ្ពោះទៅចាប់យកទីផ្សារ "MICE" ដោយរួមមានកិច្ចប្រជុំ សន្និសីទ ការតាំងពិព័រណ៍ ការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍នានា និងការលើកទឹកចិត្តទាក់ទាញការវិនិយោគ។ ការជំរុញអភិវឌ្ឍ ផលិតផលជាទំនិញ និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទេសចរណ៍ និងការលើកទឹកចិត្តតាមរយៈ " ផ្ទៃលក់ទាបគុណ ភាពល្អ" គឺជាគោលដៅចម្បងនៃការទាក់ទាញប្រភេទទេសចរណ៍ " ទិញទំនិញ " ពិសេសស្រ្តី ហើយ និន្នាការនេះកំពុងលេចរូបរាងឡើងតាមរយៈការទិញទំនិញរបស់ភ្ញៀវទេសចរ នៅតាមផ្សារប្រពៃណី ផ្សារទំនើប ផ្សាររាត្រី។ល។ ដែលជំរុញឲ្យមានសកម្មភាពទេសចរណ៍រស់រវើក និងផ្តល់ផលប្រយោជន៍ ក្នុងស្រុក និងទេសចរផងដែរ ដោយប្រែក្លាយកម្ពុជាទៅជាទីផ្សារ "ទំនិញ" សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ។



(១៣០) និន្នាការ ឲ្យទិញនិងប្រើប្រាស់ទំនិញ បរទេស។ គួរចាប់អារម្ម កម្ពុជាអាចលក់បានសម្លៀក បំពាក់ និងជំរុញសកម្មភាពឧស្ស ៈ "ទិញទំនិញ" ក៏នឹងរីក រាលដាលដែរ។

(១៣១) ទីផ្សារទេស ចរណ៍ ប្រជាជនច្រើន។ ប្រទេស ទាក់ទាញទេសចរយ៉ាងច្រើន ចំនួនពីរដំណើរការ ហើយ ខ្លួនឯងផង ដែលធ្លាប់ទៅក ្រុងសេវាកម្មស្នាក់នៅនិងការ

(១៣២) ករណី ទេសចរណ៍ "កម្សាន្ត" ដ៏ ទេសចរណ៍រាប់ពាន់លាន

(១៣៣) ប្រទេស ្រុយ ្រុយ "កម្សាន្ត" នៅតំបន់សមុទ្រ "ស្ថិតម៉ាស៊ីន" នៅតាមស

(១៣៤) យ៉ាងណា ដូចជា នៅរាជធានីភ្នំពេញ អនាគតសកម្មភាពទេសច ការលើកទឹកចិត្តស្របតាម យ៉ាងណាក៏ដោយ ការអនុ អនុវត្តច្បាប់ឲ្យបានម៉ឺងម៉ាត់

(១៣៥) ទីផ្សារទេ ផងដែរ ស្របនឹងការកើន ្រុយសាសនា និងទេសចរណ៍ ទេសចរណ៍ " ផ្ទះទី២ " ។

មួយកម្ពុជា ព្រោះថា អាកាសចរណ៍
ក្នុងតំបន់ ដូចជា ប្រទេសវៀតណាម ថៃ
ផលិតផល សេវា និងរបៀបរៀបរយ
នៃកិច្ចត្រូវមានរបៀប ដោយជៀសវាង
មូលដ្ឋាន និង(៧)សន្តិសុខ សុវត្ថិភាព
ព្រួយបារម្ភពីការគំរាមគំហែងកេរ្តិ៍រកម្ម
ទេសចរណ៍ ទន្ទឹមនឹងវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច

ក៏ត្រូវផ្ដោតផងដែរលើកត្តាថ្លៃទស្សនា
ខាង ។ ក្រៅពីទីផ្សារទេសចរណ៍ខាង
ក៏ត្រូវជំរុញយកចិត្តទុកដាក់អភិវឌ្ឍ
នានាក្នុងមួយឆ្នាំ ខណៈកម្ពុជាទើប
បង្ហាញនូវកំណើនរហូតដល់១០០%។
រុញកំណើនទេសចរណ៍។ ការហោះ
យមក។ បច្ចុប្បន្នអាកាសចរណ៍ស៊ី
រីនេះឡើងវិញ។

កម្ពុជា អាវ៉ាប់
កម្ពុជានៅមានកម្រិតទាប ហើយការ
និងកត្តាចរាចរណ៍ហើយក៏ដោយ។ ទីផ្សារ
គឺ (១)ទិញទំនិញនិងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍
។

គ្រប់ប្រភេទ ដែលស្របតាមគោល

ក្រៅពីទីផ្សារបន្តទាំងឡាយ

កិច្ចប្រជុំ សន្និសីទ ការតាំងពិព័រណ៍

ការវិនិយោគ។ ការជំរុញអភិវឌ្ឍ

កិច្ចតាមរយៈ " ថ្លៃលក់ទាបគុណ

" ទិញទំនិញ " ពិសេសស្ត្រី ហើយ

ទេសចរ នៅតាមផ្សារប្រពៃណី

រស់រវើក និងផ្តល់ផលប្រយោជន៍

សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ។



(១៣០) និន្នាការនេះកាន់តែរីកចម្រើនឡើងនៅថ្ងៃអនាគត បើសិនជាទេសចរនឹងត្រូវបានអនុញ្ញាត
ឲ្យទិញនិងប្រើប្រាស់ទំនិញដែលផលិតនៅកម្ពុជា(ដូចជាសម្លៀកបំពាក់) សម្រាប់នាំចេញទៅលក់នៅ
បរទេស។ គួរចាប់អារម្មណ៍ថា បើទេសចរម្នាក់ទិញសម្លៀកបំពាក់មួយកំប្លោងនៅកម្ពុជានោះ មួយឆ្នាំ
កម្ពុជាអាចលក់បានសម្លៀកបំពាក់យ៉ាងតិច៥លានកំប្លោងតាមរយៈទេសចរណ៍ បន្ថែមលើការនាំចេញ ហើយ
នឹងជំរុញសកម្មភាពឧស្សាហកម្មកាត់ដេរ និងការងារជូនកម្មករបន្ថែមទៀត។ ក្រៅពីនេះចលនាទេសចរណ៍
"ទិញទំនិញ" ក៏នឹងរីកលូតលាស់ផងដែរ ដូចដែលប្រទេសមួយចំនួនក្នុងតំបន់បាននិងកំពុងទទួល
ជោគជ័យលើផ្នែកនេះ។

(១៣១) ទីផ្សារទេសចរណ៍ "កម្សាន្ត" គឺមានទំហំធំ និងសក្តានុពលខ្លាំង ពិសេសនៅអាស៊ីដែលមាន
ប្រជាជនច្រើន។ ប្រទេសម៉ាឡេស៊ីក៏បានអនុញ្ញាតឲ្យមានតំបន់កម្សាន្តនៅតំបន់ភ្នំ "ហ្គេនជីង" ដោយ
ទាក់ទាញទេសចរយ៉ាងច្រើន ពិសេសទេសចរអាស៊ី។ សិង្ហបុរីក៏បានអនុញ្ញាតឲ្យមានតំបន់កម្សាន្តធំៗ
ចំនួនពីរដំណើរការ ហើយបច្ចុប្បន្នសិង្ហបុរីទាក់ទាញបានមកវិនិយោគរៀបចំច្រើនរូមមាន ប្រជាជនសិង្ហបុរី
ខ្លួនឯងផង ដែលធ្លាប់ទៅកម្សាន្តក្រៅប្រទេស។ ជាលទ្ធផលកំណើនទេសចរសិង្ហបុរីកើនជាង៣០% ពិសេស
សេវាកម្មស្នាក់នៅនិងការដឹកជញ្ជូន។

(១៣២) ករណីជោគជ័យមួយទៀត គឺម៉ាការដែលរដ្ឋាភិបាលចិនបានរក្សានិងអភិវឌ្ឍជាតំបន់
ទេសចរណ៍ "កម្សាន្ត" ដ៏ធំមួយនៃពិភពលោកទទួលភ្ញៀវជាច្រើនលាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ និងចំណូល
ទេសចរណ៍រាប់ពាន់លានដុល្លារ។

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

(១៣៤) យ៉ាងណាមិញកម្ពុជាក៏បាននិងកំពុងទទួលកំណើនទេសចរណ៍ប្រភេទ "កម្សាន្ត" នេះផងដែរ
ដូចជា នៅរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តព្រះសីហនុ និងតាមតំបន់ព្រំដែនជាប់ជាមួយប្រទេសវៀតណាម និងថៃ។
អនាគតសកម្មភាពទេសចរណ៍បែបនេះ គួរត្រូវអភិវឌ្ឍនៅតាមតំបន់ឆ្នេរ ប្រជុំកោះ ឬតំបន់ដែលមាន
ការលើកទឹកចិត្តស្របតាមផែនការអភិវឌ្ឍនិងមិនត្រូវបានអនុញ្ញាតនៅតំបន់ទេសចរណ៍វប្បធម៌ឡើយ។
យ៉ាងណាក៏ដោយ ការអនុញ្ញាតឲ្យមានប្រភេទទេសចរណ៍ " កម្សាន្ត " ត្រូវរៀបចំឲ្យមានច្បាប់គ្រប់គ្រងនិង
អនុវត្តច្បាប់ឲ្យបានម៉ឺងម៉ាត់ ដើម្បីធានាទប់ស្កាត់ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានមកលើសង្គមកម្ពុជា។

(១៣៥) ទីផ្សារទេសចរណ៍យុវជន និងទេសចរណ៍តាមនាវាក៏បាននិងកំពុងមានសន្ទុះកើនឡើង
ផងដែរ ស្របនឹងការកើនឡើងនៃប្រភេទទេសចរណ៍កីឡា ពិសេសកីឡាវាយកូនហ្គោល(Golf) ទេសចរណ៍
សាសនា និងទេសចរណ៍ព្យាបាលសុខភាព។ ម្យ៉ាងទៀត កម្ពុជាគួរសិក្សានិងឆ្ពោះទៅចាប់យកប្រភេទ
ទេសចរណ៍ " ផ្ទះទី២ " ដែលកំពុងទទួលជោគជ័យនៅហុងកុងនិងម៉ាឡេស៊ី។ យើងត្រូវសិក្សាទិន្នន័យ



ច្បាប់មួយចំនួន ដើម្បីអនុញ្ញាតឲ្យមានទេសចរណ៍ប្រភេទនេះប្រកបដោយគុណភាព និងបានផលផ្នែក សេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់។

(១៣៦) កម្ពុជាមានប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍ដ៏សំខាន់មួយទៀតគឺ សហគមន៍ជនជាតិខ្មែរនៅ បរទេស រួមមាន នៅអឺរ៉ុប អាមេរិក អូស្ត្រាលី និងអាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក។ ក្រោមពន្លឺនៃសន្តិភាពនិងការអភិវឌ្ឍ ខ្មែរគ្រប់និន្នាការនយោបាយបានរួមគ្នា ហើយកម្ពុជាបើកទ្វារទូលាយក្នុងការចេញ ចូល និងការងារ ទំនាក់ទំនងនានា នៅក្រោមគោលនយោបាយបើកចំហជើងមេ។ ជាងនេះទៀត រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា បានអនុញ្ញាតផ្តល់ការលើកលែងទិដ្ឋាការទាំងស្រុង សម្រាប់បងប្អូនខ្មែររស់នៅបរទេសមកទស្សនា កម្ពុជា។ គោលនយោបាយនេះមានឥទ្ធិពលនិងទទួលបានលទ្ធផលល្អ ដោយទាក់ទាញបានប្រមាណ ជាង១០ម៉ឺននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំៗបងប្អូនខ្មែរនៅបរទេស ក្នុងនោះមួយចំនួនមានសញ្ជាតិបរទេស។

(១៣៧) ទីផ្សារនេះកាន់តែរីកចម្រើនជាលំដាប់ ទៅតាមទំហំនៃសហគមន៍ខ្មែរនៅក្រៅប្រទេស និងកត្តាសេដ្ឋកិច្ច។ តាមការសិក្សាប្រភេទនៃទេសចរណ៍បែបនេះ បានផ្តល់ចំណូលច្រើនដល់សេដ្ឋកិច្ច កម្ពុជាដែលមានប្រមាណជាង២០០លានដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំ។ ចំណូលនេះភាគច្រើនបានដល់ដៃប្រជាជន ក្នុងស្រុកតែម្តង តាមរយៈការជួយដោយផ្ទាល់ពីបងប្អូននៅបរទេស។

(១៣៨) ផ្អែកលើសក្តានុពលនៃអេកូទេសចរណ៍កម្ពុជាមានលទ្ធភាពនិងសមត្ថភាពពេញលេញ ក្នុងការទាក់ទាញភ្ញៀវអេកូទេសចរណ៍ ដោយភ្ជាប់ជាមួយទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រភេទទេសចរណ៍ ផ្សេងទៀត។ ទីផ្សារអេកូទេសចរណ៍ក៏មាននិន្នាការរីកចម្រើនជាលំដាប់ ពិសេសនៅពេលដែលពិភពលោក ទាំងមូលមានការយល់ដឹង និងចូលរួមកាន់តែសកម្មឡើងក្នុងចលនាឆ្ពោះទៅរក "ភាពបៃតង" ទាំងក្នុង ការងារ ការរស់នៅ និងសកម្មភាពទេសចរណ៍។ ចលនានេះបាននិងកំពុងរួមវិភាគទានយ៉ាងសំខាន់ដល់ ការលើកទឹកចិត្តទេសចរនិងគោលដៅទេសចរណ៍ ក្នុងការរួមគ្នាអភិវឌ្ឍអេកូទេសចរណ៍ដែលជាផ្នែកដ៏ សំខាន់មួយនៃទេសចរណ៍ធម្មជាតិប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវនិងមានផលប្រយោជន៍។

(១៣៩) ទីផ្សារអេកូទេសចរណ៍លើសកលលោក មានសមាមាត្រប្រហាក់ប្រហែលគ្នានឹងទេស- ចរណ៍វប្បធម៌ដែរ។ ជារួម តម្រូវការទេសចរណ៍ទាំងពីរនេះ គឺជាស្នូលនៃវិស័យទេសចរណ៍ទាំងមូល។ ដូច្នេះ សម្រាប់កម្ពុជា គឺជាឱកាសដ៏វិសេសវិសាល ដោយមានសក្តានុពលខ្លាំងក្លានៃប្រភេទទេសចរណ៍ ទាំងពីរនេះ និងត្រូវបានអភិវឌ្ឍប្រមូល (បំពេញគ្នាទៅវិញទៅមក) ជា " មាសបៃតង "។ ក្រៅពីទីផ្សារ អន្តរជាតិ យើងមើលឃើញច្បាស់និងទទួលស្គាល់ប្រសិទ្ធភាពនៃទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ដែលកំពុង ស្ទុះឡើងយ៉ាងសកម្ម។ ជាមួយនឹងប្រជាជនប្រមាណជាង១៤លាននាក់ ដែលកាន់តែមានជីវភាពរស់នៅ ប្រសើរឡើង គួបផ្សំនឹងកំណើនសេដ្ឋកិច្ច ស្ថិរភាពនយោបាយ និងប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធប្រសើរ កម្ពុជាបានបង្កើតនិងជំរុញសកម្មភាពទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុករហូតដល់ជាង៧លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។ បន្ថែមលើនេះ ក៏មានជនបរទេសដែលបំពេញការងារនិងរស់នៅស្របច្បាប់ក្នុងកម្ពុជាជាច្រើននាក់ទៀត ក៏បានជំរុញសកម្មភាពទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងកាន់តែសកម្មឡើង។ តាមរយៈនៃទីផ្សារនេះ គោលដៅទេសចរណ៍

ផលិតផល សេវាទេស

សម្រាប់ការទាក់ទាញទេស
(១៤០) គួរកត់ស
នេះហើយដែលជួយទប់ទ
ដល់ឆ្លងផុតវិបត្តិទាំងស្រុ
រួមចំណែកជំរុញសកម្មភា
មធ្យម ការប្រើប្រាស់ផល
ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកបាន
ភ្ជាប់ទីក្រុង ទីប្រជុំជនជាមួយ

(១៤១) ដើម្បីសម្រ
និងពង្រីកគុណភាព និង
សកម្មភាពទេសចរណ៍ក្នុង

- ❖ ពង្រឹងនិងពង្រីកគុណភាព
- ❖ គោលដៅទេសចរណ៍
- ❖ របៀបរៀបរយ សេវា
- ❖ ដោះស្រាយបញ្ហា
- ❖ "ថ្លៃឡើងខ្ពស់" ក
- ❖ ពង្រឹងសន្តិសុខ
- ❖ កើតឡើង ដូចជា
- ❖ ផែនការនិងក្របខ័

២.២. ការផ្សព្វផ្សាយ

(១៤២) ដោយពឹង
និងការកំណត់ទីផ្សារអាទិភាព
គោលដៅដែលបានកំណត់
និន្នាការនៃទីផ្សារផងនិងគេ
ហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធានមនុស្ស

(១៤៣) យុទ្ធនាការ
ជាសកល និងលើក
យុទ្ធនាការនេះត្រូវបានជំរុញ
កម្ពុជានៅក្នុងទីផ្សារទេសច
នៅមានកម្រិត ប៉ុន្តែឥទ្ធិពល



ដោយគុណភាព និងបានផលផ្នែក

ទៀតគឺ សហគមន៍ជនជាតិខ្មែរនៅ
ក្រោមពន្លឺនៃសន្តិភាពនិងការអភិវឌ្ឍ
យក្នុងការចេញ ចូល និងការងារ
ជាងនេះទៀត រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា
ប្តូរខ្មែររស់នៅបរទេសមកទស្សនា
ល្អ ដោយទាក់ទាញបានប្រមាណ
មានសញ្ញាតិបរទេស។

នៃសហគមន៍ខ្មែរនៅក្រៅប្រទេស
បានផ្តល់ចំណូលច្រើនដល់សេដ្ឋកិច្ច
នេះភាគច្រើនបានដល់ដៃប្រជាជន

លទ្ធភាពនិងសមត្ថភាពពេញលេញ
ណាមួយ និងប្រភេទទេសចរណ៍
ពិសេសនៅពេលដែលពិភពលោក
ផ្តោះទៅរក "ភាពបៃតង" ទាំងក្នុង
កំពុងរួមវិភាគទានយ៉ាងសំខាន់ដល់
វិវឌ្ឍន៍អេកូទេសចរណ៍ដែលជាផ្នែកដ៏
មានផលប្រយោជន៍។

មាត្រប្រហាក់ប្រហែលគ្នានឹងទេស-
វិស័យទេសចរណ៍ទាំងមូល។ ដូច្នេះ
នូវលទ្ធផលខ្លាំងក្លានៃប្រភេទទេសចរណ៍
" មាសបៃតង "។ ក្រៅពីទីផ្សារ
ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ដែលកំពុង
កំពុង ដែលកាន់តែមានជីវភាពរស់នៅ
ប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធប្រសើរ
ដល់ជាង៧លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។

បញ្ចប់ក្នុងកម្ពុជាជាច្រើននាក់ទៀត
នៃទីផ្សារនេះ គោលដៅទេសចរណ៍



ផលិតផល សេវាទេសចរណ៍ត្រូវបានពង្រឹងជាប្រចាំ ពិសេសការអភិវឌ្ឍតំបន់ទេសចរណ៍ថ្មីៗនាំមុខ
សម្រាប់ការទាក់ទាញទេសចរអន្តរជាតិបន្តបន្ទាប់។

(១៤០) គួរកត់សម្គាល់ផងដែរថា ក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិម្តងៗ គឺទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក
នេះហើយដែលជួយទប់ទល់ស្ថានភាពទេសចរណ៍មិនឲ្យធ្លាក់ចុះនិងរក្សា " ភាពធន់ " នៃទេសចរណ៍រហូត
ដល់ឆ្លងផុតវិបត្តិទាំងស្រុង។ ទេសចរក្នុងស្រុកបានបង្កើនចំណូលជិត២០០លានដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំ
រួមចំណែកជំរុញសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចផ្ទៃក្នុង ក្នុងនោះជំរុញផងដែរសកម្មភាពនៃសហគ្រាសធុនតូចនិង
មធ្យម ការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក បង្កើនការងារ និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ ម្យ៉ាងទៀត ចលនា
ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកបានជួយលើកកម្ពស់ការអប់រំ បង្កើនការយល់ដឹង ការស្រឡាញ់ មិត្តភាព និងការផ្សារ
ភ្ជាប់ទីក្រុង ទីប្រជុំជនជាមួយជនបទឬតំបន់ទេសចរណ៍ ព្រមទាំងការលើកកម្ពស់ផ្នែកសុខភាពផងដែរ។

(១៤១) ដើម្បីសម្រេចគោលដៅទាំងនេះ យុទ្ធសាស្ត្រត្រូវយកចិត្តទុកដាក់បន្ថែមដល់ការពង្រឹង
និងពង្រីកគុណភាព និងសេវាទេសចរណ៍ ផលិតផលទេសចរណ៍និងដោះស្រាយបញ្ហានានា សំដៅជំរុញ
សកម្មភាពទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកនិងផ្ទៃក្នុង។ ជាចម្បងត្រូវផ្ដោតទៅលើចំណុច៥យ៉ាងរួមមាន៖

- ❖ ពង្រឹងនិងពង្រីកគោលដៅទេសចរណ៍ទូទាំងប្រទេសដើម្បីស្រូបយកកំណើនទេសចរ។
- ❖ គោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ ត្រូវរៀបចំគ្រប់គ្រងត្រឹមត្រូវ ដោយយន្តការសមស្រប។ ត្រូវមាន
របៀបរៀបរយ សណ្តាប់ធ្នាប់ និងអនាម័យ។
- ❖ ដោះស្រាយបញ្ហាអសកម្មនានា ដូចជាការផ្គត់ផ្គង់មិនគ្រប់គ្រាន់បណ្តាលឲ្យកើតមានបញ្ហា
"ថ្លៃឡើងខ្ពស់" ភាពមិនទាន់ប្រសើរ អនាធិបតេយ្យនៅតាមរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍។
- ❖ ពង្រឹងសន្តិសុខ សុវត្ថិភាព និងការត្រៀមបង្ការផ្សេងៗ ដើម្បីជួយអន្តរាគមន៍ពេលមានបញ្ហា
កើតឡើង ដូចជា ការបង្កើតឆ្នាំសមុទ្រ ក្រុមជួយសង្គ្រោះ។ល។
- ❖ ផែនការនិងក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ជាមូលដ្ឋានក្នុងការអភិវឌ្ឍ។

២.២. ការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍

(១៤២) ដោយពឹងផ្អែកទៅលើការសិក្សាទីផ្សារច្បាស់លាស់ ការដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ
និងការកំណត់ទីផ្សារអាទិភាព ការផ្សព្វផ្សាយគឺជាសកម្មភាពអនុវត្តដើម្បីឈានទៅសម្រេចគោលបំណង
គោលដៅដែលបានកំណត់។ ការផ្សព្វផ្សាយមានច្រើនប្រភេទ និងរបៀបទៅតាមសភាពការណ៍ និង
និន្នាការនៃទីផ្សារផងនិងគោលដៅទេសចរណ៍ផង ក្នុងនោះក៏ចំណុះផងដែរទៅលើលទ្ធភាពនៃធនធាន
ហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធានមនុស្ស។

(១៤៣) យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ " កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ " បាននិងកំពុងជ្រួតជ្រាប
ជាសកល និងលើកកម្ពស់កម្រិតប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជាយ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងតំបន់និងអន្តរជាតិ។
យុទ្ធនាការនេះត្រូវបានជំរុញជាប្រចាំនិងយូរអង្វែង ធ្វើឲ្យកាន់តែមានឥទ្ធិពលនៃការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍
កម្ពុជានៅក្នុងទីផ្សារទេសចរណ៍ពិភពលោក។ ទោះបីការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាទទួលបានលទ្ធផល
នៅមានកម្រិត ប៉ុន្តែឥទ្ធិពលនៃសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយជាប្រចាំទាំងរដ្ឋនិងឯកជន បាននិងកំពុងរួមចំណែក

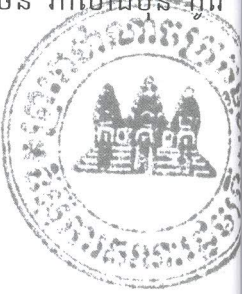


យ៉ាងច្រើនដល់សន្ទុះនៃការរីកលូតលាស់នៃទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ជាក់ស្តែងកម្ពុជា ជាគោលដៅទេសចរណ៍ មួយថ្មីនិងមានសក្តានុពល ពិសេសភាពល្បីល្បាញនៃទេសចរណ៍វប្បធម៌អង្គរដែលបានជះឥទ្ធិពល យ៉ាងខ្លាំងលើទីផ្សារអន្តរជាតិ។ មានន័យថា អង្គរផ្សព្វផ្សាយខ្លួនឯងច្រើននិងដើរតួនាទីស្នូលក្នុងការ ទាក់ទាញទេសចរណ៍។ ម្យ៉ាងទៀត កម្ពុជាស្ថិតនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ ដែលជាតំបន់មានការរីកចម្រើន បំផុត និងតំបន់នេះត្រូវបាននិងកំពុងផ្សព្វផ្សាយទាក់ទាញទេសចរណ៍យ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងពិភពលោក។ យ៉ាងណាក៏ដោយ នៅពេលដែលគោលដៅទេសចរណ៍កម្ពុជាកាន់តែត្រូវបានអភិវឌ្ឍ ពិសេសដើម្បី ឈានទៅសម្រេចចក្ខុវិស័យអនាគត គឺទាមទារការលើកកម្ពស់កម្រិតនៃការផ្សព្វផ្សាយដើម្បីបង្កើន ថែមកម្លាំងប្រកួតប្រជែងនិងធ្វើឲ្យកម្ពុជាប្រែក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោក។

(១៤៤) តាមការសិក្សាកម្លាំងកំណើននៃតម្រូវការទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងរង្វង់១០%ប្រចាំឆ្នាំ ហើយកម្រិតនេះនឹងថយចុះនៅពេលដែលបរិមាណភ្ញៀវកាន់តែច្រើនឡើង។ ក្នុងន័យនេះរដ្ឋនៃកំណើន នឹងត្រូវធ្លាក់ចុះ បើគ្មានការគាំទ្រពីសកម្មភាពទីផ្សារនិងការផ្សព្វផ្សាយឲ្យបានសមស្រប។ យើងទទួល ស្គាល់កំណើនត្រូវបានបន្ថយដោយសារកត្តាផ្សេងៗ រួមមានវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច ប៉ុន្តែបើគ្មានសកម្មភាពទីផ្សារ និងការផ្សព្វផ្សាយ នោះកំណើនកាន់តែត្រូវបានកាត់បន្ថយ។

(១៤៥) សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ទាំងឡាយ ដែលយើងបាននិងកំពុងអនុវត្ត គឺសមស្រប ទៅនឹងនិន្នាការនិងសភាពការណ៍ទេសចរណ៍ទាំងក្នុងដំណាក់កាលរីកចម្រើន និងពេលដែលមាន វិបត្តិ។ ដូច្នេះ យើងត្រូវជំរុញបង្កើនសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយឲ្យសកម្មថែមទៀតនិងចូលជ្រៅដល់ក្នុងទីផ្សារ ទេសចរណ៍ ដូចជា ការផ្សាយតាមប្រព័ន្ធយោសនារួមមាន ទូរទស្សន៍ កាសែត ទស្សនាវដ្តី ការចូលរួម ព្រឹត្តិការណ៍នានា ការតាំងពិព័រណ៍។ល។ ការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានទំនើបនិងពេញ និយម(គេហទំព័រទេសចរណ៍ ការផ្សាយ និងទំនាក់ទំនងតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត) គឺជាជម្រើសដ៏ប្រសើរ ព្រោះ មធ្យោបាយនេះផ្តល់នូវប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ រហ័សចូលជ្រៅដល់គ្រប់សមាសភាពទីផ្សារ និងចំណាយ ទាប បើធៀបទៅនឹងការផ្សព្វផ្សាយតាមមធ្យោបាយផ្សេងៗទៀត។

(១៤៦) តាមស្ថានទូតឬស្ថានកុងស៊ុលកម្ពុជានៅបរទេស គឺជាបណ្តាញជួយផ្សព្វផ្សាយ ដ៏សំខាន់។ ក្រៅពីនេះសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយត្រូវជំរុញបន្តប្រើប្រាស់បណ្តាញស្ថានតំណាងទេសចរណ៍ នៅបរទេសដែលជាក្រុមហ៊ុនឬភ្នាក់ងារទេសចរណ៍នានាដែលបានរៀបចំសមស្រប។ ជាមួយនេះ ត្រូវពិចារណាការដាក់ស្ថានតំណាងទេសចរណ៍តាមទីផ្សារទេសចរណ៍អាទិភាព នៅអឺរ៉ុប អាមេរិក និង អាស៊ី ក្នុងនោះប្រទេសជិតខាងដែលមានសក្តានុពលទេសចរណ៍ត្រូវដាក់ស្ថានតំណាងមុនគេ។ សម្ភារៈ ផ្សព្វផ្សាយត្រូវមានច្រើនប្រភេទ ច្រើនភាសា និងរចនាប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ ក្នុងនោះត្រូវឆ្ពោះ ជាចម្បងទៅរកទីផ្សារអាទិភាព។ ការប្រើប្រាស់ភាសានៃទីផ្សារអាទិភាពផ្ទាល់ គឺជំរុញលើកទឹកចិត្ត ក្នុងការទស្សនា និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ដូចជា ភាសាចិន ភាសាជប៉ុន ភាសា បារាំង អេស្ប៉ាញ អាល្លឺម៉ង់ អារ៉ាប់ និងភាសារុស្ស៊ី។ល។



(១៤៧) ការផ្សព្វផ្សាយ ភ្ញៀវជាតិនិងភ្ញៀវអន្តរជាតិ ទេសចរណ៍តាមរាជធានី យោសនាផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវ។ មធ្យោបាយប្រកួតប្រជែង តាមដងផ្លូវ ទេសចរណ៍។

(១៤៨) សកម្មភាព មានឥទ្ធិពលក្នុងមហាជន ទេសចរណ៍។ ត្រូវបាន ចងក្រងនិងត្រូវបានប្រើប្រាស់ លើសកម្មភាពកីឡានិងព្រឹត្តិការណ៍ ទាក់ទាញទេសចរណ៍ផងដែរ។

(១៤៩) កត្តាគន្លឹះ មកទស្សនាធ្វើជាអ្នកនាំសា ម្នាក់និងច្រើននាក់ទៀត។ ប្រសើរនៃបដិសណ្ឋារកិច្ច ផ្សព្វផ្សាយភាពមិនល្អរបស់

(១៥០) យុទ្ធសាស្ត្រ ពីលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធាន ប្រមាណជា២០%ទៅ៣០% ប្រមាណ២លានដុល្លារក្នុងមួយ ចំណាយរបស់ផ្នែកឯកជន ទេសចរណ៍បានត្រូវប្រើ១០ ខ្លាំង បានប្រើប្រាស់ថវិកា ខុសគ្នានេះ គឺសំខាន់មក ប្រកាន់យកហើយកម្ពុជាក្នុង ប្រកួតប្រជែងនិងកំណើនទេស

(១៥១) ដោយមើល បង្កើតក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិ ជាយុទ្ធសាស្ត្រយូរអង្វែង។

ស្តង់ដារកម្ពុជា ជាគោលដៅទេសចរណ៍
វិបប្បធម៌អង្គរដែលបានជះឥទ្ធិពល
ធំធេងច្រើននិងដើរតួនាទីស្នូលក្នុងការ
ស្នើសុំ ដែលជាតំបន់មានការរីកចម្រើន
ណាស់ខ្លាំងនៅក្នុងពិភពលោក។
តែត្រូវបានអភិវឌ្ឍ ពិសេសដើម្បី
កម្រិតនៃការផ្សព្វផ្សាយដើម្បីបង្កើន
ណែនាំដល់ពិភពលោក។

ចរណ៍កម្ពុជាក្នុងរង្វង់១០%ប្រចាំឆ្នាំ
ឡើង។ ក្នុងន័យនេះរដ្ឋនៃកំណើន
យុទ្ធបានសមស្រប។ យើងទទួល
ផ្នត់កិច្ច ប៉ុន្តែបើគ្មានសកម្មភាពទីផ្សារ
វិញបាននិងកំពុងអនុវត្ត គឺសមស្រប
រីកចម្រើន និងពេលដែលមាន
ថែមទៀតនិងចូលជ្រៅដល់ក្នុងទីផ្សារ
នៃ កាសែត ទស្សនាវដ្តី ការចូលរួម
នូវច្រកវិទ្យុព័ត៌មានទំនើបនិងពេញ
អ៊ិនធឺណិត) គឺជាជម្រើសដ៏ប្រសើរ
គ្រប់សមាសភាពទីផ្សារ និងចំណាយ

គឺជាបណ្តាញជួយផ្សព្វផ្សាយ
បណ្តាញស្ថានតំណាងទេសចរណ៍
រៀបចំសមស្រប។ ជាមួយនេះ
អាទិភាព នៅអឺរ៉ុប អាមេរិក និង
ដាក់ស្ថានតំណាងមុនគេ។ សម្ភារៈ
ភាពទាក់ទាញ ក្នុងនោះត្រូវឆ្ពោះ
ទិសដៅ គឺជំរុញលើកទឹកចិត្ត
ដូចជា ភាសាចិន ភាសាជប៉ុន កូរ៉េ



(១៤៧) ការផ្សព្វផ្សាយក្នុងស្រុក ក៏ត្រូវជំរុញបង្កើនសកម្មភាពថែមទៀត ពិសេសការទាក់ទាញ
ភ្ញៀវជាតិនិងភ្ញៀវអន្តរជាតិដែលស្នាក់នៅកម្ពុជានិងភ្ញៀវអន្តរជាតិមកដល់កម្ពុជា។ មណ្ឌលព័ត៌មាន
ទេសចរណ៍តាមរាជធានី ខេត្តដែលបានស្ថាបនានិងកំពុងប្រតិបត្តិ ត្រូវពង្រឹងនិងពង្រីកសកម្មភាព
យោសនាផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ប្រទាក់ក្រឡាគ្នា ទាក់ទាញទេសចរទស្សនាបានច្រើនកន្លែង និងពន្យារ
ការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវ។ មណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ថ្មីៗច្រើនទៀត ត្រូវរៀបចំបង្កើតឡើងទាំងនៅតាម
ច្រកទ្វារព្រំដែន តាមដងផ្លូវសំខាន់ៗ(ក្នុងស្ថានីយចំណតទេសចរណ៍)តាមទីក្រុង ទីប្រជុំជន និងគោលដៅ
ទេសចរណ៍។

(១៤៨) សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយនិងបង្កើនការយល់ដឹងទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ដែលបាននិងកំពុង
មានឥទ្ធិពលក្នុងមហាជន ត្រូវបង្កើនសកម្មភាពថែមទៀត ក្នុងនោះចម្រៀងទេសចរណ៍ ស្បៀងអប់រំ នាទី
ទេសចរណ៍។ល។ ត្រូវបានវាយតម្លៃខ្ពស់ថាជាចលកររុញកំណើនទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក។ មធ្យោបាយ
នេះនឹងត្រូវពង្រីកបន្ថែមទៅក្នុងទីផ្សារក្រៅប្រទេស ពិសេសទីផ្សារសហគមន៍ខ្មែរនៅបរទេស។ ក្រៅពីនេះ
សកម្មភាពកីឡានិងព្រឹត្តិការណ៍បុណ្យទាន ប្រពៃណី សាសនានានាក៏ជាផ្នែកដ៏សំខាន់នៃការផ្សព្វផ្សាយ
ទាក់ទាញទេសចរផងដែរ។

(១៤៩) កត្តាគន្លឹះមួយទៀតនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ គឺការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈភ្ញៀវដែលបាន
មកទស្សនាធ្វើជាអ្នកនាំសារក្នុងការជួយផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍តាមរយៈការផ្សាយបន្តគ្នា ពីម្នាក់ៗទៅ
ម្នាក់និងច្រើននាក់ទៀត។ ករណីនេះ ត្រូវជំរុញលើកកម្ពស់ផលិតផល សេវាទេសចរណ៍ និងកម្រិតល្អ
ប្រសើរនៃបដិសណ្ឋារកិច្ច ដើម្បីបង្កើនកម្រិតពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវ។ គួរប្រយ័ត្នផងដែរថា ភ្ញៀវអាចនាំសារ
ផ្សព្វផ្សាយភាពមិនល្អរបស់គោលដៅទេសចរណ៍កម្ពុជា។

(១៥០) យុទ្ធសាស្ត្របង្កើនសកម្មភាពទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ មិនអាចកាត់ផ្តាច់បាន
ពីលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធានមនុស្សបានទេ ព្រោះថា ការងារទីផ្សារនេះទាមទារនូវចំណែកនៃការចំណាយ
ប្រមាណជា២០%ទៅ៣០%នៃការចំណាយប្រតិបត្តិការទាំងមូលនៃធុរកិច្ចទូទៅ។ កន្លងមកកម្ពុជាចំណាយ
ប្រមាណ២លានដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំលើការងារទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ដោយមិនទាន់គិតការ
ចំណាយរបស់ផ្នែកឯកជន ដើម្បីទាក់ទាញបានទេសចរអន្តរជាតិជាង២លាននាក់ ឬអាចសម្រួលបានថា
ទេសចរម្នាក់បានត្រូវប្រើ១ដុល្លារថវិការដ្ឋ។ ប្រទេសជិតខាងក្នុងតំបន់ដែលកម្រិតអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍
ខ្លាំង បានប្រើប្រាស់ថវិការដ្ឋប្រមាណជា១០ដុល្លារឬច្រើនជាងនេះដើម្បីទាក់ទាញទេសចរម្នាក់។ កម្រិត
ខុសគ្នានេះ គឺសំខាន់មកពីភាពខុសគ្នានៃសកម្មភាពទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយ ដែលប្រទេសទាំងនោះ
ប្រកាន់យកហើយកម្ពុជាក្នុងថ្ងៃអនាគតនឹងឈានទៅរកកម្រិតនេះដូចគ្នា ដើម្បីពង្រីកទីផ្សារឧត្តមភាព
ប្រកួតប្រជែងនិងកំណើនទេសចរណ៍។

(១៥១) ដោយមើលឃើញនូវភាពចាំបាច់នៃតម្រូវការនេះ ការដាក់ចេញនូវគោលដៅនៃការ
បង្កើតក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ គឺជាការត្រឹមត្រូវនិងមានលក្ខណៈ
ជាយុទ្ធសាស្ត្រយូរអង្វែង។ ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលនេះ ត្រូវបានចែងនៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ចេញនៅថ្ងៃទី២០/១២/២០០៧



ស្របតាមឆន្ទៈនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។ ការកកើតនិងដំណើរការនៃក្រុមប្រឹក្សាភិបាល
នេះនឹងបង្ហាញការរួបរួមគ្នាកាន់តែជិតស្និទ្ធរវាងស្ថាប័នរដ្ឋនិងផ្នែកឯកជន ទាំងប្រភពហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធាន
មនុស្ស ដើម្បីពង្រីកកម្លាំង និងប្រសិទ្ធភាពនៃការងារទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា។ តាមការ
សិក្សាបឋម មូលដ្ឋានហិរញ្ញវត្ថុប្រមាណជិត១០លានដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំ នឹងត្រូវប្រមូលផ្តុំដើម្បីជំរុញ
សកម្មភាពទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយ ដែលក្នុងនោះបានមកពីរដ្ឋ ផ្នែកឯកជន និងដៃគូអភិវឌ្ឍនានា។
ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ការបង្កើតយន្តការថ្មីនេះ ដែលត្រូវទាមទារនូវការខិតខំច្រើនទៀតមិនមែនជាការ
ងាយស្រួលឡើយ ព្រោះថាកម្ពុជា ពុំធ្លាប់ប្រតិបត្តិករណីនេះ ទោះបីយន្តការកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរដ្ឋ
និងឯកជន ត្រូវបានរីកចម្រើនបង្អួច នៅកម្ពុជាក៏ដោយ។

៣- ការតភ្ជាប់និងសម្រួលការធ្វើដំណើរដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍

(១៥២) កម្ពុជាស្ថិតក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ ដែលមានការតភ្ជាប់គ្នាល្អប្រសើរទាំងផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក
និងផ្លូវអាកាស។ ម្យ៉ាងទៀត ស្ថិតក្នុងទីតាំងភូមិសាស្ត្រនេះ កម្ពុជាស្ថិតត្រង់ចំណុចជាលេខ១នៃតំបន់
ដោយនៅចន្លោះប្រទេសវៀតណាមនិងថៃ ដែលមានប្រជាជនសរុបប្រមាណជាង១៥០លាននាក់ និង
ទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ២០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំមកទស្សនា។ កម្ពុជានៅមិនឆ្ងាយពីប្រទេសម៉ាឡេស៊ី
ដែលទទួលទេសចរអន្តរជាតិជាង២៥លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ និងប្រើពេលតែជាង១ម៉ោងប៉ុណ្ណោះ តភ្ជាប់
តាមផ្លូវអាកាសជាមួយសិង្ហបុរី ដែលមានបណ្តាញតភ្ជាប់អន្តរជាតិច្រើនបំផុត និងជាប្រភពទេសចរណ៍
ប្រមាណជាង១០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។

(១៥៣) ក្រៅពីនេះកម្ពុជានៅជិត និងមានការតភ្ជាប់ជាមួយប្រទេសចិន ទីក្រុងហុងកុង តៃវ៉ាន់
និងកូរ៉េ ដែលជាប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍ធំធេង និងសំខាន់បំផុតនៃតំបន់ និងពិភពលោក។ មិនតែប៉ុណ្ណោះ
ចំណុចទាំងនេះ គឺជាការតភ្ជាប់ពីតំបន់ផ្សេងៗមកកម្ពុជា និងអាស្ស័យមានពីជប៉ុនជាដើម។ និន្នាការនៃ
ការតភ្ជាប់គ្នានេះកាន់តែត្រូវបានពង្រីកជាប្រចាំ ដោយគោលនយោបាយបើកចំហជើងមេឃ ផ្លូវគោក
ផ្លូវទឹក និងផ្លូវអាកាស ព្រមទាំងការធ្វើសមាហរណកម្មនៅក្នុងតំបន់។ ដូចតំបន់អឺរ៉ុប អាស៊ានកំពុងឆ្ពោះ
ទៅរកគោលដៅនៃការសម្រេចបាននូវសហគមន៍អាស៊ាននៅឆ្នាំ២០១៥ ដែលតំបន់ទាំងមូលកាន់តែ
ជិតស្និទ្ធគ្នាលើគ្រប់វិស័យ ក្នុងនោះការតភ្ជាប់ និងសកម្មភាពទេសចរណ៍កាន់តែមានសន្ទុះរីកចម្រើនឡើង។

(១៥៤) កម្ពុជាបាននិងកំពុងមានការវិវឌ្ឍយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃវិស័យធុនតូចមធ្យម ដែលជាគន្លឹះ
អាទិភាពមួយក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍បន្ទាប់ពីសង្គ្រាម។ នៅទសវត្សឆ្នាំ១៩៨០ គឺមានតែការតភ្ជាប់
តាមផ្លូវអាកាសជាមួយទីក្រុងម៉ូស្កូ តែ២ជើងប៉ុណ្ណោះក្នុងមួយសប្តាហ៍ តែបច្ចុប្បន្នបានកើនឡើងដល់ជាង
១៥០ជើងក្នុងមួយសប្តាហ៍ តភ្ជាប់ជាមួយតំបន់និងពិភពលោក។ ការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសពីក្នុងតំបន់
កាន់តែសកម្មឡើងទាំងការហោះហើរជាប្រចាំ និងការហោះហើរម្តងម្កាលជាលក្ខណៈជួល។ ម្យ៉ាងទៀត
អាកាសចរ " ថ្លៃទាប " ក៏មានសកម្មភាពប្រសើរផងដែរ។

(១៥៥) ព្រលានយន្តហោះអន្តរជាតិពីរ(ភ្នំពេញនិងសៀមរាប) ដំណើរការយ៉ាងសកម្មក្នុងការ
បម្រើអ្នកដំណើរប្រមាណជាង២លាននាក់ ក្នុងនោះមានទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណជាង១លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។



ដែរ។ ព្រលានយន្តហោះ
ក្នុងស្រុក និងបន្ទាប់មក
ពិសេសនៅតំបន់ឆ្នេរដែល
អាកាសក៏ត្រូវបានជំរុញ
(១៥៦) ក្រៅពីផ្លូវ
ប្រទេសជិតខាងក្នុងតំបន់
ច្រកព្រំដែនទ្វេភាគីជាច្រើន
និងជាមួយថៃសរុបមាន
នៃកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ
ទាញបានទេសចរអន្តរជា
(១៥៧) និន្នាការ
អាកាស ពិសេសនៅក្នុង
និងផ្លូវទឹកមានចំណែក៨៨
៥១,៤%កើនបានជាង១៣
វៀតណាមតាមផ្លូវគោក
ព្រំដែនផង។ ទេសចរ
កម្ពុជា ថៃប្រសើរឡើង ពី
(១៥៨) ការស
កម្ពុជាជាប្រចាំ ពិសេស
ដែលដឹកនាំដោយរដ្ឋមន្ត្រី
ការចេញ ចូល និងដឹក
នានា ដូចជាការយកថ្លៃទឹក
(១៥៩) សម្បទា
មណ្ឌលព័ត៌មាន អគារអ
កាន់តែមានរបៀប ដោយ
ក្រោមកិច្ចព្រមព្រៀងដឹកជ
នីមួយៗ អាចដឹកភ្ញៀវឆ្លង
ដល់៣០០គ្រឿងក្នុងមួយថ្ងៃ
ទេសចរណ៍យ៉ាងខ្លាំង បើ
អនុវត្តកិច្ចព្រមព្រៀងរបៀប

និងដំណើរការនៃក្រុមប្រឹក្សាភិបាល
ជន ទាំងប្រភពហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធាន
ផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា។ តាមការ
យល់ឃើញ និងត្រូវប្រមូលផ្តុំដើម្បីជំរុញ
កងកម្ម និងដៃគូអភិវឌ្ឍនានា។
នូវការខិតខំច្រើនទៀតមិនមែនជាការ
ប៉ុន្មានប៉ុន្មានការកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរដ្ឋ

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ប្រធានប្រសើរទាំងផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក
ស្ថិតត្រង់ចំណុចជាបេះដូងនៃតំបន់
ប្រមាណជាង១៥០លាននាក់ និង
កម្ពុជានៅមិនឆ្ងាយពីប្រទេសម៉ាឡេស៊ី
ពេលតែជាង១ម៉ោងប៉ុណ្ណោះ តភ្ជាប់
មិនបំផុត និងជាប្រភពទេសចរណ៍

ប្រទេសចិន ទីក្រុងហុងកុង តៃវ៉ាន់
និងពិភពលោក។ មិនតែប៉ុណ្ណោះ
មានពីរជំហានជាដើម។ និន្នាការនៃ
ប្រាសាទប៊ែកចំហរជើងមេឃ ផ្លូវគោក
ដូចតំបន់អឺរ៉ុប អាស៊ានកំពុងឆ្ពោះ
១៥ ដែលតំបន់ទាំងមូលកាន់តែ
កាន់តែមានសន្តិភាពច្រើនឡើង។

វិស័យធម្មនាគមន៍ ដែលជាគន្លឹះ
ឆ្នាំ១៩៨០ គឺមានតែការតភ្ជាប់
តែបច្ចុប្បន្នបានកើនឡើងដល់ជាង
ការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាសពីក្នុងតំបន់
ពិភពលោកជាលក្ខណៈជួល។ ម្យ៉ាងទៀត

ដែរ។ ព្រលានយន្តហោះខេត្តព្រះសីហនុត្រូវបានស្តាររួចរាល់ និងបានដាក់ឱ្យដំណើរការដំបូងជាលក្ខណៈ
ក្នុងស្រុក និងបន្ទាប់មកជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ។ ព្រលាននេះ គឺជាច្រកចូលមួយថ្មីទៀតរបស់កម្ពុជា
ពិសេសនៅតំបន់ឆ្នេរដែលមានសក្តានុពល ក្នុងនោះភាពទាក់ទាញការមកទស្សនាតាមនាវា ភ្ជាប់តាមផ្លូវ
អាកាសក៏ត្រូវបានជំរុញលើកទឹកចិត្ត។

(១៥៦) ក្រៅពីផ្លូវអាកាស កម្ពុជាមានការតភ្ជាប់យ៉ាងប្រសើរតាមផ្លូវគោក និងផ្លូវទឹកជាមួយ
ប្រទេសជិតខាងក្នុងតំបន់និងពិភពលោក។ កម្ពុជា វៀតណាម មានច្រកព្រំដែនអន្តរជាតិចំនួន៨ និង
ច្រកព្រំដែនទ្វេភាគីជាច្រើន។ ជាមួយប្រទេសឡាវ កម្ពុជាមានច្រកព្រំដែនអន្តរជាតិមួយ និងច្រកទ្វេភាគីបី
និងជាមួយថៃសរុបមានច្រកទ្វារអន្តរជាតិចំនួន៦ និងច្រកទ្វារព្រំដែនមួយចំនួនទៀត។ នៅក្នុងស្មារតី
នៃកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរដ្ឋ ច្រកព្រំដែនទាំងអស់មានសកម្មភាពរស់រវើកនៃការចេញ ចូល ដែលស្រប
ទាញបានទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណជាមួយលាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។

(១៥៧) និន្នាការនៃការធ្វើដំណើរតាមផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក មានសន្ទុះកើនឡើងរហ័សជាងតាមផ្លូវ
អាកាស ពិសេសនៅក្នុងនិងដំណាក់កាលក្រោយវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច។ ឆ្នាំ២០១១ ការមកដល់តាមផ្លូវគោក
និងផ្លូវទឹកមានចំណែក៤៨,៦% និងកើនឡើងជាង១៦,៤%។ រីឯតាមផ្លូវអាកាសដែលមានចំណែកប្រមាណ
៥១,៤%កើនបានជាង១៣,៥%។ ករណីនេះបានឆ្លុះបញ្ចាំងយ៉ាងច្បាស់តាមរយៈការកើនឡើងនៃទេសចរ
វៀតណាមតាមផ្លូវគោក នេះមិនទាន់គិតអ្នកឆ្លងដែនដែលមកកម្សាន្តតាមតំបន់កម្សាន្តនានា នៅតាម
ព្រំដែនផង។ ទេសចរថៃនឹងមាននិន្នាការដូចគ្នានៅពេលខាងមុខនេះ ដោយស្ថានភាពទំនាក់ទំនង
កម្ពុជា ថៃប្រសើរឡើង ពិសេសការទស្សនាអង្គរតាមច្រកប៉ោយប៉ែតនិងទស្សនាប្រាសាទព្រះវិហារ។

(១៥៨) ការសម្រួលការធ្វើដំណើរឆ្លងកាត់ព្រំដែន កាន់តែត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់និងលើក
កម្ពស់ជាប្រចាំ ពិសេសក្រោមយន្តការគណៈកម្មការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនតាមព្រំដែន
ដែលដឹកនាំដោយរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍។ ការរៀបចំចាត់ចែង របៀបរៀបរយ សណ្តាប់ធ្នាប់
ការចេញ ចូល និងដឹកជញ្ជូនតាមច្រកព្រំដែនកាន់តែបានប្រសើរ ដោះស្រាយបាននូវបាតុភាពអសកម្ម
នានា ដូចជាការយកថ្លៃទិដ្ឋាការលើស ការដណ្តើមភ្ញៀវគ្នាដឹក ឬសកម្មភាពអនាធិបតេយ្យនានា។

(១៥៩) សម្បទាទេសចរណ៍នៅតាមច្រកព្រំដែនកាន់តែត្រូវបានកែលម្អ ដូចជា ស្លាកសញ្ញា
មណ្ឌលព័ត៌មាន អគារអ្នកដំណើរ និងផ្លូវតភ្ជាប់ទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍។ សេវាដឹកជញ្ជូន
កាន់តែមានរបៀប ដោយការប្តូរវេនគ្នា មានចំណាត់ត្រឹមត្រូវ អ្នកបើកបរមានអត្តសញ្ញាណច្បាស់លាស់។
ក្រោមកិច្ចព្រមព្រៀងដឹកជញ្ជូន កម្ពុជា វៀតណាមរថយន្តដឹកទេសចរ១៥០គ្រឿងក្នុងមួយថ្ងៃ ពីភាគី
នីមួយៗ អាចដឹកភ្ញៀវឆ្លងកាត់ព្រំដែនដល់គោលដៅកំណត់នៃភាគីម្ខាងទៀត។ ចំនួននេះត្រូវបានបង្កើន
ដល់៣០០គ្រឿងក្នុងមួយថ្ងៃនិងច្រើនទៀតនៅថ្ងៃអនាគត។ ការអនុវត្តប្រសើរនេះ គឺបានរុញសកម្មភាព
ទេសចរណ៍យ៉ាងខ្លាំង ហើយករណីនេះនឹងបន្ថែមឡើងទៀតនៅពេលដែលកម្ពុជា ឡាវ និងកម្ពុជា ថៃ
អនុវត្តកិច្ចព្រមព្រៀងរបៀបនេះ។



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

៤- ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន

៤.១. ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍

(១៦១) សុវត្ថិភាពជាកត្តាចម្បងក្នុងការទាក់ទាញទេសចរណ៍ និងជារូបភាពវិជ្ជមាននៃគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ។ បញ្ហាកេរ្តិ៍រកម្ម ការរីករាលដាលនៃជំងឺឆ្លងនិងគ្រោះធម្មជាតិ ដូចជា លក់យក្ស "ស៊ូណាមី" ។ល។ គឺជាការគំរាមគំហែង និងបង្កក្តីបារម្ភយ៉ាងខ្លាំងចំពោះទេសចរ ទោះបីកម្ពុជាពុំដែលមានករណីនេះក៏ដោយ។ ក្រៅពីនេះ សុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ត្រូវបានបញ្ចូលផងដែរនូវសុវត្ថិភាពម្ហូបអាហារ ការស្នាក់នៅ ការធ្វើដំណើរ និងការទស្សនា ដោយគ្មានការគំរាមគំហែងលើរូបរាងកាយនិងផ្លូវចិត្ត។ ជារួមគឺកញ្ចប់នៃការទស្សនារបស់ភ្ញៀវប្រកបដោយបរិយាកាសកក់ក្តៅនិងសុវត្ថិភាព។ ចំពោះកម្ពុជា កត្តាសុវត្ថិភាពនយោបាយ សន្តិសុខ និងសុវត្ថិភាព ត្រូវបានវាយតម្លៃខ្ពស់ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ដោយផ្តល់ដល់ទេសចរនូវបរិយាកាសទស្សនាប្រកបដោយសុវត្ថិភាព។

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

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



សមត្ថកិច្ចគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់
ជាបន្តបន្ទាប់។

(១៦៤) កត្តាជាមូលដ្ឋាននិងអនុវត្តទៅតាមគោលដៅជនល្មើសត្រូវផ្ដន្ទាទោសតាមប្រព្រឹត្តិដោយគ្មានការលើកគ្នាឯង។

(១៦៥) កត្តាសំខាន់ដើម្បីជួយដោះស្រាយពេលវេលាដឹកជញ្ជូន ឬការទំនាស់មានគ្រោះថ្នាក់។ ត្រូវផ្ដល់អំពីវិធីរបៀបសង្គ្រោះបឋមចំពោះភ្ញៀវ។ ម្យ៉ាងទៀត ការទស្សនា។ល។

(១៦៦) ដើម្បីជួយទូរស័ព្ទ "Hotline" និងបុគ្គលមានបញ្ហា ស្នើការជួយអភិបាលកិច្ចយោធាប្រចាំការនៃសកម្មភាពនេះ។

(១៦៧) ចំពោះការពារ និងលើកកម្ពស់ប្រទេស។ ករណីនេះ ការសម្របដើម្បីការពារនិង

(១៦៨) តំបន់ឆ្នេរភ្ញៀវអន្តរជាតិ ដែលអាចផ្នែកសុវត្ថិភាព ដោយចាំប្រចាំការ ឆ្លាំឆ្លេរ និងឧត្តមភាពត្រូវបានបណ្តុះបណ្តាលហើយក៏ត្រូវចេះភាសាបរទេស។

ក្នុងនោះច្រកចូលសំខាន់តាមដង
បឋមខេត្តកំពង់ចាម រហូតដល់
នូវជាតិ ដែលដឹកទេសចរម្រមាណ
រៀងរាល់សប្តាហ៍ ពិសេសនៅរដូវ
គ្រឿង សរុបភ្ញៀវជាង២ម៉ឺននាក់។
ការអនុវត្តន៍ខេត្តព្រះសីហនុដំណើរ
តាមច្រកនេះ។

៖ ពាណិជ្ជកម្ម

និងជាប្រភពវិជ្ជមាននៃគោលដៅ
គ្រោះធម្មជាតិ ដូចជា លក្ខណៈ
ទេសចរ ទោះបីកម្ពុជាពុំដែលមាន
ព្រំដែនដែននូវសុវត្ថិភាពម្ហូបអាហារ
លើរូបរាងកាយនិងផ្លូវចិត្ត។ ជាមួយគ្នា
សុវត្ថិភាព។ ចំពោះកម្ពុជា កត្តាសុវត្ថិភាព
រយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ
។

ប្រព័ន្ធសន្តិសុខរឹងមាំ រួមមានទាំង
ការការពារតាមគោលដៅទេសចរណ៍
"ប្រជាជនម្នាក់ជាអ្នកការពារម្នាក់"
ការ ថែរក្សា ពង្រឹងសណ្តាប់ធ្នាប់
ដែលប្រតិបត្តិដោយជនបរទេស។
យសុខ សុវត្ថិភាព និងជាសុកភាព
នូវសុវត្ថិភាពបំផុត ដែលនេះគឺជា
តំបន់មួយចំនួននៃពិភពលោកកំពុង

ពាណិជ្ជកម្មសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍
នៅតាមមូលដ្ឋានសេវាកម្មស្នាក់នៅ
រដ្ឋបាលដឹកជញ្ជូន។ ប៉ុន្តែ



សមត្ថកិច្ចគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ខិតខំយកចិត្តទុកដាក់ដោះស្រាយ និងចាត់វិធានការទប់ស្កាត់ និងលុបបំបាត់
ជាបន្តបន្ទាប់។

(១៦៤) កត្តាជាមូលដ្ឋាននៃប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ គឺការពង្រឹងនិងពង្រីកយន្តការគ្រប់គ្រង
និងអនុវត្តទៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ ព្រមទាំងការអនុវត្តច្បាប់ឲ្យបានម៉ឺងម៉ាត់។
ជនល្មើសត្រូវផ្ដន្ទាទោសតាមច្បាប់ ហើយករណីខ្លះភ្ញៀវប្រព្រឹត្តល្មើស ក៏ត្រូវទទួលទោសតាមទំហំនៃការ
ប្រព្រឹត្តដោយគ្មានការលើកលែង ដូចជាភ្ញៀវលួចរបស់ភ្ញៀវឬរូបភាពនៃការរំលោភនានាក្នុងចំណោមភ្ញៀវ
គ្នាឯង។

(១៦៥) កត្តាសំខាន់មួយទៀត គឺការរៀបចំមូលដ្ឋានសម្ភារៈ បច្ចេកទេស និងមធ្យោបាយសមស្រប
ដើម្បីជួយដោះស្រាយពេលភ្ញៀវជួបបញ្ហា ដូចជា ការរៀបចំមន្ទីរព្យាបាល ឬកន្លែងសង្គ្រោះបឋម មធ្យោ
បាយដឹកជញ្ជូន ឬការទំនាក់ទំនងទៅតាមតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍នានា ដើម្បីជួយសង្គ្រោះពេលភ្ញៀវ
មានគ្រោះថ្នាក់។ ត្រូវផ្តល់ការអប់រំបណ្តុះបណ្តាលដល់អ្នកពាក់ព័ន្ធ ពិសេសមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍
អំពីវិធីរៀបសង្គ្រោះបឋម ឬព័ត៌មានហ្វេស និងការត្រៀមបង្ការទប់ស្កាត់បញ្ហាផ្សេងៗ ដែលអាចកើតឡើង
ចំពោះភ្ញៀវ។ ម្យ៉ាងទៀត ភ្ញៀវក៏ត្រូវបានផ្តល់ព័ត៌មានពិតអំពីការធ្វើដំណើរ ការស្នាក់នៅ ម្ហូបអាហារ និង
ការទស្សនា។

(១៦៦) ដើម្បីជៀសវាងបញ្ហានានាជាហេតុ គ្រប់គោលដៅទេសចរណ៍ ត្រូវមានប្រព័ន្ធ
ទូរស័ព្ទ "Hotline" និងបុគ្គលិកបម្រើការជាប្រចាំដើម្បីការផ្តល់ និងទទួលព័ត៌មានភ្លាមៗ ក្នុងករណីភ្ញៀវ
មានបញ្ហា ស្នើការជួយអន្តរាគមន៍ទាន់ពេលវេលា។ មណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ មន្ទីរទេសចរណ៍ ឬ
ការិយាល័យប្រចាំការនៃសមត្ថកិច្ចរួមមាន នគរបាលទេសចរណ៍ ត្រូវអភិវឌ្ឍទៅជាមណ្ឌលប្រចាំការសម្រាប់
ការងារនេះ។

(១៦៧) ចំពោះប្រជាជនកម្ពុជាចេញទៅទេសចរណ៍នៅបរទេស ក៏ត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់
ការពារ និងលើកកម្ពស់សុវត្ថិភាពផងដែរ ទាំងការធ្វើដំណើរ ការស្នាក់នៅ និងការទស្សនានៅក្រៅ
ប្រទេស។ ករណីនេះ ការទេសចរណ៍នាំភ្ញៀវចេញ ត្រូវបានគ្រប់គ្រងយ៉ាងម៉ត់ចត់ និងត្រូវមានវិធានការ
សមស្របដើម្បីការពារ និងដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនេះ។

(១៦៨) តំបន់ឆ្នេរសមុទ្រ និងប្រជុំកោះនានា អាចមានកំណើនទេសចរច្រើនទាំងភ្ញៀវជាតិ និង
ភ្ញៀវអន្តរជាតិ ដែលអាចកើតមានបញ្ហាជាហេតុនានាផងដែរ។ តំបន់នេះត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់
ផ្នែកសុវត្ថិភាព ដោយចាំបាច់ត្រូវមានការផ្តល់ព័ត៌មានជាប្រចាំ មានស្លាកសញ្ញា ទង់សញ្ញា មានបុគ្គលិក
ប្រចាំការ ឆ្នាំឆ្នេរ និងឧបករណ៍ប្រើប្រាស់សម្រាប់ល្បាតឬជួយសង្គ្រោះគ្រប់គ្រាន់។ បុគ្គលិកបម្រើការ
ត្រូវបានបណ្តុះបណ្តាល និងពង្រឹងសមត្ថភាពជំនាញការពារ និងសង្គ្រោះទាំងនៅលើគោកនិងក្នុងទឹក
ហើយក៏ត្រូវចេះកាសាបរទេសសំខាន់ៗអាចប្រើការបាន។



(១៦៩) ចំណុចសំខាន់មួយទៀត គឺការដោះស្រាយការកកស្ទះចរាចរណ៍នៅក្នុងគោលដៅ ទេសចរណ៍ ឬតាមផ្លូវទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍ឬនៅតាមកន្លែងប្រារព្ធព្រឹត្តិការណ៍នានា។ ការកក ស្ទះឬការប្រមូលផ្តុំហួសកម្រិតនៃភ្ញៀវអាចបណ្តាលឲ្យជួបហានិភ័យជាយថាហេតុ។

៤.២. ការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន

(១៧០) ទេសចរណ៍នាំមកនូវទាំងផលប៉ះពាល់វិជ្ជមាននិងអវិជ្ជមាន លើសេដ្ឋកិច្ច សង្គម វប្បធម៌ និងបរិស្ថាន ដែលត្រូវទាមទារការគ្រប់គ្រងត្រឹមត្រូវដើម្បីពង្រីកផលវិជ្ជមាន ដោយកាត់បន្ថយឬលុប បំបាត់ការប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន។ ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានអាច រួមមានការផ្ទុះឆ្លាយសេដ្ឋកិច្ច ដែលភាគច្រើន បណ្តាលមកពីការនាំចូលដើម្បីផ្គត់ផ្គង់សកម្មភាពទេសចរណ៍ ការចម្លងវប្បធម៌បរទេស គ្រឿងញៀន អាជីវកម្មផ្លូវភេទ ពិសេសលើកុមារ ការជួញដូរមនុស្ស និងការបំពុលបរិស្ថាន។ ជាទូទៅទេសចរណ៍ មិនមានតម្រូវការផ្នែកទាំងនេះទេ ប៉ុន្តែក្រោមរូបភាពទេសចរណ៍ សកម្មភាពទាំងនេះអាចត្រូវបានគេប្រព្រឹត្ត។ ដើម្បីទប់ស្កាត់ករណីទាំងនេះ គឺទាមទារប្រព័ន្ធច្បាប់រឹងមាំ និងការអនុវត្តប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ ខ្ពស់ និងកិច្ចសហការពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។

៥. ប្រព័ន្ធច្បាប់និងយន្តការគ្រប់គ្រង

(១៧១) ប្រព័ន្ធច្បាប់និងយន្តការគ្រប់គ្រងអនុវត្ត គឺជាទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រដ៏សំខាន់សម្រាប់ធានា និរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍។ កម្ពុជាមានច្បាប់និងបទដ្ឋានគតិយុត្តជាច្រើន ក្នុងនោះច្បាប់ស្តីពី ទេសចរណ៍ ក៏បាននិងកំពុងមានអានុភាពគតិយុត្តក្នុងការអនុវត្ត ដែលប្រព័ន្ធច្បាប់ទាំងនេះបានជួយដល់ ការពង្រឹងការគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ឈានទៅសម្រេចចក្ខុវិស័យអនាគត។

(១៧២) យ៉ាងណាក៏ដោយ កម្ពុជាទាមទារនូវបទដ្ឋានគតិយុត្ត និងយន្តការអនុវត្តច្រើនថែមទៀត ដើម្បីឲ្យស្របនឹងទំហំនៃការរីកចម្រើនជាលំដាប់នៃវិស័យទេសចរណ៍។ ជាក់ស្តែងយើងមិនទាន់មានច្បាប់ ស្តីពីទេសចរណ៍បែបកម្សាន្ត "ផ្សេងសំណាង" និងសេវាកម្សាន្តនានានៅឡើយ នៅពេលដែលសេវាកម្ម ទាំងនេះបាននិងកំពុងរីកលូតលាស់យ៉ាងខ្លាំង។ យើងមិនទាន់មានច្បាប់ស្តីពីសហគមន៍ទេសចរណ៍ ដែល ជួយការពារប្រជាជនសហគមន៍ ទប់ទល់ការរំលោភបំពាននានា និងការការពារផលប្រយោជន៍សហគមន៍ ដើម្បីការអភិវឌ្ឍយូរអង្វែង។

(១៧៣) យើងមានយន្តការទេសចរណ៍ជាច្រើននៅថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់តំបន់ និងរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ ប៉ុន្តែ រដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិមិនទាន់មានសកម្មភាពខ្លាំងក្លានៅឡើយ។ យន្តការខ្លះគ្មានសកម្មភាព រីឯខ្លះទៀត មិនរលូននិងមិនទាន់ស៊ីជម្រៅគ្នា។ កម្ពុជាមានយន្តការ រដ្ឋាភិបាលដែលមានសមត្ថកិច្ចពាក់ព័ន្ធ និងផ្នែកឯកជន ដំណើរការល្អប្រសើរ។ ក្រៅពីនេះយន្តការផ្នែកឯកជនក៏មិនទាន់រឹងមាំ ដែលចាំបាច់ ត្រូវពង្រឹងសមាគមទាំងឡាយ នៅក្រោមឆត្រនៃក្រុមការងារទេសចរណ៍ផ្នែកឯកជន។ សេវាកម្មមួយ ចំនួនមិនទាន់ចងក្រងបានជាសមាគមនៅឡើយ ដូចជា អាកាសចរណ៍ អ្នកលក់ដូរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍។ ដែលត្រូវជំរុញរៀបចំ។



(១៧៤) ប្រការ ច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។ ទិសដៅនៃការអភិវឌ្ឍ យន្តការនិងនីតិវិធីអនុវត្ត នៃវិស័យទេសចរណ៍ មន្ត្រីរាជការ បុគ្គលិកគ្រប់

៦. ការអភិវឌ្ឍ

(១៧៥) ធនធាន ប្រសិទ្ធភាពនិងនិរន្តរភាព ប្រទះបញ្ហាកង្វះខាតធន រួមគ្នាយ៉ាងសកម្មលើការ ការរីកចម្រើននៃវិស័យ និងគុណភាពនៃធនធាន

(១៧៦) បញ្ហា រីករំហួសតាមតម្រូវការទេស ទទួលភ្ញៀវវេលាននាក់ ទឹកចិត្តស្ត្រីដែលមានប្រពន្ធ ទាមទារការបណ្តុះបណ្តាល សមស្រប។ បច្ចុប្បន្ន ត្រូវសិក្សារៀបចំបង្កើត គ្រឹះស្ថានសិក្សាផ្នែកឯក ក្នុងការជំរុញអភិវឌ្ឍធនធាន ពិសេសការធ្វើសមាហរណ ទេសចរណ៍អាស៊ានពិសេស នៃអ្នកជំនាញទេសចរណ៍ ដើម្បីគ្រប់គ្រងនិងដំណើរ

(១៧៧) ក្រសួង ដើម្បីបង្កើតគ្រឹះស្ថានសិក្សា វិជ្ជាជីវៈនៅកម្ពុជា។ ពិសេសសិស្សក្រីក្រ។

កសិករច្បាប់នៅក្នុងគោលដៅ
ការពង្រីកការណ៍នានា។ ការកក
បង្កប់ហេតុ។

មាន លើសពីកិច្ច សង្គម វប្បធម៌
រដ្ឋមាន ដោយកាត់បន្ថយឫស
ឆ្លុះឆ្លាយសេដ្ឋកិច្ច ដែលកាត់ច្រើន
វប្បធម៌បរទេស គ្រឿងញៀន
ស្ថានភាព។ ជាទូទៅទេសចរណ៍
ទាំងនេះអាចត្រូវបានគេប្រព្រឹត្ត
ត្រូវប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ

យុទ្ធសាស្ត្រដ៏សំខាន់សម្រាប់ធានា
យុត្តិធម៌ជាច្រើន ក្នុងនោះច្បាប់ស្តីពី
ប្រព័ន្ធច្បាប់ទាំងនេះបានជួយដល់

និងយន្តការអនុវត្តច្រើនថែមទៀត
ជាក់ស្តែងយើងមិនទាន់មានច្បាប់
ឡើយ នៅពេលដែលសេវាកម្ម
ស្តីពីសហគមន៍ទេសចរណ៍ ដែល
ការពារផលប្រយោជន៍សហគមន៍

និងរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ ប៉ុន្តែ
ខ្លះគ្មានសកម្មភាព រីឯខ្លះទៀត
ដែលមានសមត្ថកិច្ចពាក់ព័ន្ធ
នឹងមិនទាន់រឹងមាំ ដែលចាំបាច់
ផ្នែកឯកជន។ សេវាកម្មមួយ
អ្នកលក់ដូរត្រូវអនុវត្តវិធី។



(១៧៤) ប្រការសំខាន់មួយទៀត គឺត្រូវបង្កើតវិទ្យាស្ថានជាតិទេសចរណ៍ ដូចដែលមានចែងក្នុង
ច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។ វិទ្យាស្ថាននេះ គឺជាមជ្ឈមណ្ឌលសិក្សាស្រាវជ្រាវទេសចរណ៍ និងកំណត់អំពី
ទិសដៅនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាសម្រាប់អនាគត។ ក្រៅពីនេះក៏ទាមទារផងដែរអំពីការកែទម្រង់
យន្តការនិងនីតិវិធីអនុវត្តដែលមានស្រាប់ ឲ្យបានសមស្របតាមសភាពការណ៍រីកចម្រើនយ៉ាងរហ័ស
នៃវិស័យទេសចរណ៍ ក្នុងនោះរួមមាន ការកែទម្រង់រចនាសម្ព័ន្ធការងារហិរញ្ញវត្ថុ និងការពង្រឹងសមត្ថភាព
មន្ត្រីរាជការ បុគ្គលិកគ្រប់ជាន់ថ្នាក់។

៦- ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស

(១៧៥) ធនធានមនុស្សជាអាទិភាពយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយ
ប្រសិទ្ធភាពនិងនិរន្តរភាព។ ដោយការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍ចាប់ពីចំណុចសូន្យ យើងជួប
ប្រទះបញ្ហាកង្វះខាតធនធានមនុស្សយ៉ាងច្រើនក្នុងវិស័យនេះ បើទោះបីរាជរដ្ឋាភិបាល និងផ្នែកឯកជន
រួមគ្នាយ៉ាងសកម្មលើការងារបណ្តុះបណ្តាល ពង្រឹងនិងពង្រីកធនធានមនុស្សក៏ដោយ។ ម្យ៉ាងទៀត
ការកែច្នៃនៃវិស័យទេសចរណ៍ គឺកាន់តែមានទំហំធំឡើងជាលំដាប់ ដែលទាមទារពង្រីកទាំងបរិមាណ
និងគុណភាពនៃធនធានមនុស្សគ្រប់កម្រិតដើម្បីទ្រទ្រង់ដល់ការអភិវឌ្ឍនេះ។

(១៧៦) បញ្ហាចម្បងនិងចំពោះមុខគឺ កង្វះខាតផ្នែកជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ដែលតម្រូវការផ្នែកនេះ
កែលម្អតាមតម្រូវការទេសចរណ៍។ ជាមធ្យមភ្ញៀវ១០នាក់ទាមទារអ្នកជំនាញបម្រើការម្នាក់ ដូច្នេះដើម្បីធានា
ទទួលភ្ញៀវ៧លាននាក់ ទាមទារការបណ្តុះបណ្តាលអ្នកជំនាញប្រមាណជា៥០ម៉ឺននាក់បន្ថែម ក្នុងនោះការលើក
ទឹកចិត្តស្ត្រីដែលមានប្រមាណ៥៥%នៃកម្លាំងពលកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។ ដើម្បីក្លាយជាអ្នកជំនាញគឺ
ទាមទារការបណ្តុះបណ្តាលក្នុងរយៈពេលកំណត់មួយ ទាមទារគ្រឹះស្ថានសិក្សា យន្តការ និងរចនាសម្ព័ន្ធ
សមស្រប។ បច្ចុប្បន្នយើងមិនទាន់មានគ្រឹះស្ថានសិក្សាទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិនៅឡើយ ដែលករណីនេះ
ត្រូវសិក្សារៀបចំបង្កើត និងដំណើរការ(ស្របតាមច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍) ជាមួយនឹងដំណើរការបន្តគាំទ្រ
គ្រឹះស្ថានសិក្សាផ្នែកឯកជនដែលកំពុងមានសកម្មភាព។ គ្រឹះស្ថានសិក្សារបស់រដ្ឋដើរតួនាទីជាស្នូល
ក្នុងការជំរុញអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សស្របតាមផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍
ពិសេសការធ្វើសមាហរណកម្មកម្ពុជាទៅក្នុងតំបន់អាស៊ាននិងពិភពលោក។ ការអនុវត្តតាមកិច្ចព្រមព្រៀង
ទេសចរណ៍អាស៊ានពិសេស (MRA) ជំរុញយ៉ាងសកម្ម ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស និងបង្កាត់ទី
នៃអ្នកជំនាញទេសចរណ៍ក្នុងអាស៊ាននាថ្ងៃអនាគត។ ករណីនេះកម្ពុជាក៏បានរៀបចំរួចហើយនូវយន្តការ
ដើម្បីគ្រប់គ្រងនិងដំណើរការកិច្ចការនេះ។

(១៧៧) ក្រសួងទេសចរណ៍ បាននិងកំពុងសហការជាមួយទីភ្នាក់ងារអភិវឌ្ឍនានា ក្នុងការសិក្សា
ដើម្បីបង្កើតគ្រឹះស្ថានសិក្សាទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិ ហើយក៏បានទាក់ទាញជំនួយ ក្នុងការបង្កើតសាលា
វិជ្ជាជីវៈនៅកម្ពុជា។ តាមការសិក្សាកន្លងមក ក៏បានបង្ហាញពីបញ្ហាចោទនៃថ្លៃសិក្សាខ្ពស់សម្រាប់សិស្ស
ពិសេសសិស្សក្រីក្រ។ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហានេះ គឺត្រូវមានការជួយឧបត្ថម្ភគាំទ្រពីរាជរដ្ឋាភិបាល។



ដៃគូអភិវឌ្ឍនិងផ្នែកឯកជនតាមរបៀបផ្សេងៗ ដូចជា ការផ្តល់អាហារូបករណ៍ ការបង់ថ្លៃសិក្សាពាក់កណ្តាល សម្រាប់សិស្សក្រីក្រឬការបង្កើតមូលនិធិសិស្ស។

(១៧៨) ធនធានមនុស្សក្នុងក្រសួងទេសចរណ៍(រួមមានមន្ទីរទេសចរណ៍) ត្រូវពង្រឹងនិងពង្រីក បន្ថែមដើម្បីធានាប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រង។ ចំពោះមុខ ត្រូវពង្រឹងសមត្ថភាពជំនាញមន្ត្រីដែលមាន ស្រាប់និងជ្រើសរើសមន្ត្រីជំនាញវិស័យក្នុងបន្ថែមសមស្របតាមទំហំវិកលចលនាសំនើវិស័យទេសចរណ៍។ ជាយុទ្ធសាស្ត្រយូរអង្វែងត្រូវបណ្តុះបណ្តាលមន្ត្រីគ្រប់គ្រងកម្រិតមធ្យមនិងខ្ពស់ ទាំងក្នុងនិងក្រៅប្រទេស ដើម្បីទ្រទ្រង់និងជំរុញឧត្តមភាពនៃការអភិវឌ្ឍ។

(១៧៩) ជាយុទ្ធសាស្ត្រ ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព គឺទាមទារកត្តាជាមូលដ្ឋាន សំខាន់ពីររួមមាន ការចូលរួមអភិវឌ្ឍពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងការផ្តល់ផលប្រយោជន៍ទេសចរណ៍ ប្រកបដោយសមធម៌ជូនគ្រប់ភាគីចូលរួម ពិសេសប្រជាពលរដ្ឋ។ ផ្នែកឯកជនគឺជាដៃគូដ៏សំខាន់របស់ រាជរដ្ឋាភិបាល ក្នុងការចូលរួមចំណែកអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ ព្រោះថាផ្នែកឯកជនគឺជាតួអង្គអាទិភាព នៅក្នុងប្រតិបត្តិការឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ និងជំរុញការវិកលចលនាសំនើវិស័យនេះ។ រាជរដ្ឋាភិបាល ប្រកាន់ខ្ជាប់ គោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ ដោយអនុញ្ញាតគាំទ្រឱ្យវិស័យឯកជនបំពេញតួនាទី ពេញលេញ និងសកម្មក្នុងការរួមចំណែកអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ និងទទួលបានផលសមស្របពីវិស័យនេះ។ ផ្នែកឯកជន គឺជាប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម សេវាកម្មទេសចរណ៍ទាំងអស់ស្ថិតនៅក្រោមច្បាប់ជាធរមាន។ ផ្នែកឯកជនចូលរួមគ្រប់សកម្មភាពទេសចរណ៍ និងជាប្រភពវិនិយោគយ៉ាងធំបំផុតក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យ ទេសចរណ៍។ រាជរដ្ឋាភិបាលជំរុញបន្តយ៉ាងសកម្មភាពជាដៃគូ ជាមួយផ្នែកឯកជនតាមរយៈក្រុមការងាររដ្ឋ និងផ្នែកឯកជន ក្នុងនោះរួមមានផងដែរក្រុមការងារវិស័យទេសចរណ៍។

VII. ផែនការនិងវិធានការជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ " មាសបែតង "

(១៨០) ដោយផ្អែកលើស្ថានភាព និន្នាការទេសចរណ៍ ភាពខ្លាំង បញ្ហាប្រឈម និងដើម្បី ឈានទៅសម្រេចចក្ខុវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ " ជាមាសបែតង " រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញ នូវវិធានការ គោលនយោបាយសម្រាប់ជំរុញសកម្មភាពទេសចរណ៍ជាបន្តបន្ទាប់ និងអនុវត្តប្រកបដោយ ការទទួលខុសត្រូវ។ វិធានការខាងក្រោមនេះ គឺជាឆន្ទៈនយោបាយបន្ថែមថ្មីទៀត ដើម្បីជំរុញការអភិវឌ្ឍ ទេសចរណ៍កម្ពុជាស្របតាមទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រដែលបានកំណត់។ ការអនុវត្តវិធានការនៃយុទ្ធសាស្ត្រ នេះត្រូវផ្អែកលើអភិក្រមពីរគឺ (១)សម្រាប់រយៈពេលខ្លី(២០១២-២០១៥) ដោយត្រូវខិតខំដើម្បីទទួលបាន ទេសចរណ៍ភ្លាមៗ និង(២) សម្រាប់រយៈពេលមធ្យមនិងរយៈពេលវែង ដើម្បីនិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍ ទេសចរណ៍យូរអង្វែង។ ការអនុវត្ត គឺចាំបាច់ទាមទារនូវការចូលរួមយ៉ាងសកម្មពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ទាំងផ្នែកសាធារណៈ ផ្នែកឯកជន ប្រជាពលរដ្ឋ និងដៃគូអភិវឌ្ឍ ក្រោមការដឹកនាំរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល។

**១- ផែនការនិងវិធានការជំរុញអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍
ក. រយៈពេលខ្លី**

(១៨១) ពង្រឹងនិងលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍



❖ គ្រប់រាជធានី ខេត្ត
ទេសចរណ៍ ដោយ
កន្លែងផ្ទាល់ ដោយ
❖ ផ្តល់ការលើកទឹកចិត្ត
និងទទួលបានផលទេស
ផលិត និងលក់ផល
ធ្វើនៅកន្លែងផ្សេងៗ
នីមួយៗផងដែរ។
❖ ជំរុញចលនាប្រឡង
ជំរុញការអនុវត្តគោល
អនុវត្តស្របតាមប្រ
❖ តាមដងផ្លូវ ទីប្រជុំ
និងការរៀបចំរបៀប
❖ ជំរុញបន្ថែមសកម្មភាព
ទេសចរណ៍។
ដាក់ពិន័យ(ស្របតាម
(១៨២) ការ
❖ ត្រូវពង្រីកនិងបង្កើត
ពិសេស ការភ្ជាប់
❖ ក្រសួងទេសចរណ៍
អាកាសចរណ៍ជា
ជាមួយខេត្តព្រះសីហនុ
❖ ក្រសួងទេសចរណ៍
ក្នុងការជំរុញអនុវត្ត
ដែលបានកំណត់
❖ ពង្រឹងនិងពង្រីក
ពិសេសនៅចុងបូព៌ា
ផ្សេងៗទៀតនៅតំបន់
❖ កៀរគរជំនួយអភិវឌ្ឍ
ទេសចរណ៍ សម្បត្តិ
❖ ត្រូវបង្កើតសាលា
ទេសចរណ៍ ដើម្បី

ណា ការបង់ថ្លៃសិក្សាពាក់កណ្តាល
 (សេវា) ត្រូវពង្រឹងនិងពង្រីក
 សមត្ថភាពជំនាញមន្ត្រីដែលមាន
 គណនេយ្យនៃវិស័យទេសចរណ៍។
 និងខ្ពស់ ទាំងក្នុងនិងក្រៅប្រទេស

ភាព គឺទាមទារកត្តាជាមូលដ្ឋាន
 ផ្តល់ផលប្រយោជន៍ទេសចរណ៍
 ក្នុងកំឡុងពេលជិតជាដៃគូដ៏សំខាន់របស់
 ជាផ្នែកកងកម្មវិធីជាតិអភិវឌ្ឍន៍
 វិស័យនេះ។ រាជរដ្ឋាភិបាល
 ទ្រទ្រង់វិស័យកងកម្មវិធីបំពេញតួនាទី
 ទូលផលសមស្របពីវិស័យនេះ។
 ស្ថិតនៅក្រោមច្បាប់ជាធរមាន។
 យ៉ាងធំបំផុតក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យ
 កងកម្មវិធីតាមរយៈក្រុមការងាររដ្ឋ

បត្រ " "

ខ្លាំង បញ្ហាប្រឈម និងដើម្បី
 " រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញ
 បន្ទាប់ និងអនុវត្តប្រកបដោយ
 មជ្ឈិម ដើម្បីជំរុញការអភិវឌ្ឍ
 ការអនុវត្តវិធានការនៃយុទ្ធសាស្ត្រ
 ដោយត្រូវខិតខំដើម្បីទទួលបាន
 ដើម្បីនិរន្តរភាពនៃការអភិវឌ្ឍ
 យ៉ាងសកម្មពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ
 រដ្ឋាភិបាល។

ចរណ៍



- ❖ គ្រប់រាជធានី ខេត្ត ត្រូវពង្រឹងការរៀបចំគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ ផលិតផល សេវា
 ទេសចរណ៍ ដោយការសិក្សាអំពីតម្រូវការនិងការផ្គត់ផ្គង់ និងការរៀបចំយន្តការគ្រប់គ្រងនៅនឹង
 កន្លែងផ្ទាល់ ដោយមានការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។
- ❖ ផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តបន្ថែមដល់ប្រជាពលរដ្ឋ ពិសេស សហគមន៍មូលដ្ឋានឲ្យចូលរួមក្នុងសកម្មភាព
 និងទទួលបានផលទេសចរណ៍ ដូចជាការពង្រឹងនិងពង្រីកសហគមន៍ទេសចរណ៍ផ្តល់ឱកាសការងារ
 ផលិត និងលក់ផលិតផលផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍ ដើម្បីទប់ស្កាត់ការធ្វើចំណាកស្រុកមករកការងារ
 ធ្វើនៅកន្លែងផ្សេងៗ និងរក្សាការពារសម្បត្តិវប្បធម៌ និងធនធានធម្មជាតិនៅតាមតំបន់សហគមន៍
 នីមួយៗផងដែរ។
- ❖ ជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំង "ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ" និងបំផុសគំនិត និង
 ជំរុញការអនុវត្តឆ្ពោះទៅរក " ភាពបៃតង " ការដាំដើមឈើ ភាពស្អាត និងអនាម័យដោយ
 អនុវត្តស្របតាមប្រព័ន្ធស្តង់ដារទីក្រុងស្អាតនិងយន្តការគណៈកម្មការសមស្រប។
- ❖ តាមដងផ្លូវ ទីប្រជុំជន គោលដៅទេសចរណ៍ ត្រូវស្អាត មានសោភ័ណភាព ពិសេសភាពបៃតង
 និងការរៀបចំរបៀបរៀបរយ និងសណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ។
- ❖ ជំរុញបន្ថែមសកម្មភាពនៃការអនុវត្តស្តង់ដារទេសចរណ៍ ដើម្បីលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផល
 ទេសចរណ៍។ ផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តជូនរង្វាន់ដល់បុគ្គលឬមូលដ្ឋានដែលមានស្មារតីល្អ
 ដាក់ពិន័យ(ស្របតាមច្បាប់) ដល់អ្នកប្រព្រឹត្តល្មើស។

(១៨២) ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍

- ❖ ត្រូវពង្រីកនិងបង្កើតផលិតផលទេសចរណ៍បន្ថែមស្របតាមផែនការ និងតម្រូវការទេសចរណ៍
 ពិសេស ការភ្ជាប់ជាមួយគោលដៅទេសចរណ៍ដែលបាននិងកំពុងរីកចម្រើន។
- ❖ ក្រសួងទេសចរណ៍និងរដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍ស៊ីវិល ត្រូវជំរុញសហការជាមួយ
 អាកាសចរណ៍ជាតិ ឬក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍នានា ក្នុងការបង្កើនការហោះហើរតភ្ជាប់អង្គរ
 ជាមួយខេត្តព្រះសីហនុនិងតំបន់ឆ្នេរកម្ពុជា។
- ❖ ក្រសួងទេសចរណ៍ ត្រូវសហការជាមួយក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ផ្នែកកងកម្មវិធីនិងដៃគូអភិវឌ្ឍ
 ក្នុងការជំរុញអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ ភ្ជាប់អង្គរជាមួយតំបន់នានា ស្របតាមទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រ
 ដែលបានកំណត់។
- ❖ ពង្រឹងនិងពង្រីកគោលដៅអេកូទេសចរណ៍ និងសហគមន៍ទេសចរណ៍នៅជុំវិញបឹងទន្លេសាប
 ពិសេសនៅចុងឃ្លៀស កំពង់ត្រក កំពង់ឃ្លាំង ព្រែកទ័ល។ល។ និងការបង្កើតសហគមន៍
 ផ្សេងៗទៀតនៅតំបន់នេះ។ ត្រូវដោះស្រាយបញ្ហាអសកម្មនានានៅតំបន់ចុងឃ្លៀស។
- ❖ កៀរគរជំនួយអភិវឌ្ឍន៍ដៃគូអភិវឌ្ឍនានាដើម្បីការអភិវឌ្ឍ និងគាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍផលិតផល
 ទេសចរណ៍ សម្បទាទេសចរណ៍ និងធនធានមនុស្ស។
- ❖ ត្រូវបង្កើតសាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ សាកលវិទ្យាល័យ និងវិទ្យាល័យនានា
 ទេសចរណ៍ ដើម្បីលើកកម្ពស់សមត្ថភាពធនធានមនុស្សនិងការសិក្សាស្រាវជ្រាវដើម្បីអភិវឌ្ឍ



- ❖ ត្រួតពិនិត្យនិងជំរុញគម្រោងវិនិយោគទេសចរណ៍ដែលបានទទួលការអនុញ្ញាត។

(១៨៣) ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតាំទ្រ

- ❖ ត្រូវជំរុញការថែទាំ និងបន្តពង្រីកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតាំទ្រទេសចរណ៍នានា ដូចជា ផ្លូវ(ពិសេស ផ្លូវទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍) កំពង់ផែ(ពិសេសតំបន់ឆ្នេរ) គម្រោងស្ដារព្រលានយន្តហោះ ឬវាលយន្តហោះ ប្រព័ន្ធទឹកស្អាត អគ្គិសនី ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងកាកសំណល់រឹងនិងរាវ និងប្រព័ន្ធទូរគមនាគមន៍។
- ❖ ត្រូវដោះស្រាយបញ្ហាកកស្ទះចរាចរណ៍ក្នុងតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍ ពិសេសការតភ្ជាប់ទៅ កាន់ច្រកចូល សំខាន់ៗ ដូចជា ព្រលានយន្តហោះ កំពង់ផែ។ល។

(១៨៤) ជំរុញការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានខ្នាតតូចដល់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍៖

- ❖ ក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ពិសេសស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុនានា ត្រូវបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលនិងលើក ទឹកចិត្តក្នុងការផ្តល់ឥណទានការប្រាក់ទាបសមស្របដល់ប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍ និងប្រជា សហគមន៍ទេសចរណ៍ ក្នុងការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ និងអាជីវកម្មសេវាកម្មទេសចរណ៍។

ខ. រយៈពេលមធ្យមនិងវែង

(១៨៥) លើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ ឲ្យដល់កម្រិតស្តង់ដារអន្តរជាតិ និង ធ្វើឲ្យកម្ពុជាក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោក។

- ❖ គ្រប់ផលិតផល សេវាទេសចរណ៍ ត្រូវមានស្តង់ដារជាតិនិងការទទួលស្គាល់ជាលក្ខណៈ អន្តរជាតិ។
- ❖ ត្រូវទាក់ទាញការវិនិយោគ និងការផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍កម្រិតពិភពលោក ដូចជា បណ្តាញ សណ្ឋាគារល្បីៗ រមណីយដ្ឋាន ឬក្លឹបទេសចរណ៍ធំៗលើពិភពលោក។
- ❖ ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ត្រូវមានសមត្ថភាពខ្ពស់ទាំងចំណេះដឹងទូទៅ ជំនាញ និងផ្នែកភាសា។ គ្រឹះស្ថានសិក្សាទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិត្រូវបង្កើត និងត្រូវដើរតួនាទីជាស្នូល ដោយរួមជាមួយគ្រឹះស្ថានឯកជននានាក្នុងការសម្រេចចក្ខុវិស័យនេះ។

(១៨៦) ជំរុញការវិនិយោគទាំងសាធារណៈ និងឯកជនក្នុងការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតាំទ្រ៖

- ❖ សាងសង់និងពង្រីកផ្លូវក្នុងទីប្រជុំជន(តំបន់ប្រមូលផ្តុំទេសចរណ៍) ផ្លូវទៅកាន់គោលដៅ ទេសចរណ៍នានារួមមានគោលដៅទេសចរណ៍នៅតាមតំបន់ក្បែរប្រព័ន្ធនៃ
- ❖ រាជធានី ខេត្ត ត្រូវជំរុញរៀបចំការកសាងផែនការគោល ផែនការប្រើប្រាស់ដីធ្លី និងផែនការ ពាក់ព័ន្ធនានា ដើម្បីជំរុញការអភិវឌ្ឍ។
- ❖ សិក្សានិងរៀបចំគម្រោងស្ថាបនា ឬស្ថាប័នព្រលានយន្តហោះឬវាលយន្តហោះ កំពង់ផែ ប្រព័ន្ធ ផ្គត់ផ្គង់ថាមពល ទឹកស្អាត ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងកាកសំណល់រឹងនិងរាវ បន្ថែមទៅតាមនិន្នាការកំរិត ចម្រើនទេសចរណ៍ស្របតាមទិសដៅនៃយុទ្ធសាស្ត្រ។



- ❖ ជាអាទិភាព ត្រូវជំរុញការវិនិយោគក្នុងតំបន់ឆ្នេរ ក្នុងការគាំទ្រផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតាំទ្រ ពិសេស និងរាជធានី
- ❖ ត្រូវជំរុញការទាញទុនបរទេស តម្រូវការអនាគត ប្រមាណ៣ម៉ឺនទេសចរណ៍

(១៨៧) ត្រូវប្រើប្រាស់សម្រាប់ជួយរួមចំណែក បន្ថែមការនាំចេញអន្តរជាតិ

- ❖ ចំពោះអង្គរ តាម (អង្គរ) ក្នុងរយៈពេល ការអង្កេតសម្រាប់ ដែលរួមចំណែកក្នុង ក្រៅពីអង្គរ នៅមិន នៅនឹងកន្លែង(ក្នុង ចំពោះសម្លៀកបំពាក់ លាននាក់ក្នុង១ឆ្នាំ ទីផ្សារជំងឺ។ តាម ចំណាយសរុបសម្រាប់ ដូច្នេះ បើត្រូវធ្វើ ពី៤,៥លានទៅ៧លាន ទាំងមូល។ ទោះជា មួយចំនួន ដើម្បី អន្តរជាតិ (មិនមែន សិក្សាឲ្យបានម៉ត់ចត់

២- ផែនការនិង (១៨៨) ក. រយៈពេល

- ❖ បន្តជំរុញយុទ្ធនាការ

លការអនុញ្ញាត។

ណនា ដូចជា ផ្លូវ(ពិសេស
គម្រោងស្តារព្រលានយន្តហោះ
កសំណល់រឹងនិងករ និងប្រព័ន្ធ

ណ ពិសេសការតភ្ជាប់ទៅ
។

សចរណៈ

លក្ខណៈងាយស្រួលនិងលើក
ត្តិការទេសចរណ៍ និងប្រជា
រាជីកម្មសេវាកម្មទេសចរណ៍។

លកម្មិតស្តង់ដារអន្តរជាតិ និង

ការទទួលស្គាល់ជាលក្ខណៈ

កលលោក ដូចជា បណ្តាញ
ភាគី។

ទាំងចំណេះដឹងទូទៅ ជំនាញ
ត និងត្រូវដើរតួនាទីជាស្នូល
នេះ។

អភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍

ក) ផ្លូវទៅកាន់គោលដៅ
ព្រំដែន។

ការប្រើប្រាស់ដីធ្លី និងផែនការ

យន្តហោះ កំពង់ផែ ប្រព័ន្ធ
រាវ បន្ថែមទៅតាមនិន្នាការីក



- ❖ ជាអាទិភាព ត្រូវសិក្សារៀបចំការកសាងព្រលានយន្តហោះកម្រិតអន្តរជាតិធំមួយនៅរាជធានី
ភ្នំពេញ(កម្រិតផ្ទុកប្រមាណ១០លាននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ)។
- ❖ អភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរកម្ពុជាឲ្យដល់កម្រិតទទួលស្គាល់ជាអន្តរជាតិ ដោយត្រូវមានផែនការមេ និង
ការគាំទ្រផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសមស្រប។ ប្រែក្លាយតំបន់ឆ្នេរជាប៉ូលទេសចរណ៍ធំ បន្ទាប់
ពីអង្គរ និងរាជធានីភ្នំពេញ។
- ❖ ត្រូវជំរុញការទាក់ទាញវិនិយោគលើការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ ដើម្បីបំពេញ
តម្រូវការអនាគត។ តាមការសិក្សាឆ្នាំ២០១៥ ទៅឆ្នាំ២០២០ បង្ហាញថាកម្ពុជាត្រូវការសណ្ឋាគារ
ប្រមាណ៣ម៉ឺនទៅ៥ម៉ឺនបន្ទប់(ឆ្នាំ២០១០ យើងមានប្រមាណ២ម៉ឺនបន្ទប់)។

(១៨៧) ត្រូវប្រែក្លាយវិស័យទេសចរណ៍ ទៅជាវិស័យនាំចេញនៅនឹងកន្លែងយ៉ាងសំខាន់
សម្រាប់ជួយរួមចំណែកជំរុញការអនុវត្តគោលនយោបាយនាំចេញរបស់កម្ពុជា ពិសេសសិក្សា
បន្ថែមការនាំចេញអង្ករ ផលិតផលកសិកម្ម និងសម្លៀកបំពាក់៖

- ❖ ចំពោះអង្ករ តាមការសិក្សាភ្ញៀវម្នាក់ជាមធ្យមទទួលបានបាយអស់ប្រមាណ១,៥ទៅ ២គីឡូក្រាម
(អង្ករ) ក្នុងរយៈពេលទស្សនាជាមធ្យម៦,៥ថ្ងៃ។ ដូច្នេះចាប់ពីឆ្នាំ២០១៥ទៅ ក្នុងមួយឆ្នាំៗតម្រូវ
ការអង្ករសម្រាប់ភ្ញៀវអន្តរជាតិមកទស្សនាកម្ពុជា គឺប្រមាណជាង១០លានគីឡូក្រាមអង្ករ
ដែលរួមចំណែកក្នុងការអនុវត្តផែនការនាំចេញអង្កររបស់កម្ពុជា១លានតោនក្នុងឆ្នាំ២០១៥។
ក្រៅពីអង្ករ នៅមានបន្លែ ផ្លែឈើ ត្រី សាច់ ស៊ុត។ល។ ដែលអាចផ្គត់ផ្គង់ទីផ្សារទេសចរណ៍
នៅនឹងកន្លែង(ក្នុងប្រទេស) ដោយបន្ថែមលើការនាំចេញ។
- ❖ ចំពោះសម្លៀកបំពាក់ វិស័យទេសចរណ៍នាំភ្ញៀវបរទេសមកកម្ពុជាគ្រោងប្រមាណជាង៤,៥
លាននាក់ក្នុង១ឆ្នាំ(២០១៥) ហើយអាចកើនដល់៧លាននាក់នៅឆ្នាំ២០២០ដែលនេះជា ប្រភព
ទីផ្សារដ៏ធំ។ តាមការសិក្សាទេសចរម្នាក់ចំណាយជាមធ្យម២០%(ប្រមាណ១០០ដុល្លារ) នៃការ
ចំណាយសរុបសម្រាប់ទិញទំនិញ ឬវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ដែលក្នុងនោះរួមមានសម្លៀកបំពាក់។
ដូច្នេះ បើភ្ញៀវម្នាក់ទិញសម្លៀកបំពាក់មួយសម្រាប់ នោះនឹងត្រូវមានសម្លៀកបំពាក់ប្រមាណ
ពី៤,៥លានទៅ៧លានសម្រាប់ ត្រូវបានលក់ឲ្យភ្ញៀវបរទេសនៅក្នុងស្រុក បន្ថែមលើការ
នាំចេញ។ ករណីនេះ នឹងជំរុញបន្ថែមឧស្សាហកម្មកាត់ដេរ ពិសេសជួយដល់កម្មករនិងសង្គម
ទាំងមូល។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏យើងត្រូវពិនិត្យសិក្សា និងកែសម្រួលបទដ្ឋានគតិយុត្ត
មួយចំនួន ដើម្បីអនុញ្ញាតឲ្យការផលិត អាចលក់ក្នុងស្រុកបានសម្រាប់ទីផ្សារទេសចរណ៍
អន្តរជាតិ (មិនមែនលក់សម្រាប់អ្នកក្នុងស្រុកទេ)។ យ៉ាងណាក៏ដោយករណីនេះទាមទារការ
សិក្សាឲ្យបានម៉ត់ចត់។

២- ផែនការនិងវិធានការទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍

(១៨៨) **ក. រយៈពេលខ្លី**

- ❖ បន្តជំរុញយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ "កម្ពុជា ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា" ទាំងក្នុងនិងក្រៅប្រទេស។



- ❖ ត្រូវកំណត់ទីផ្សារអាទិភាពសម្រាប់កម្ពុជា ដោយត្រូវសិក្សាអំពីតម្រូវការ និងនិន្នាការរីកចម្រើននៃវិស័យទេសចរណ៍។
- ❖ ត្រូវចាប់យកទីផ្សារអាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក ក្នុងនោះសំខាន់គឺ ប្រទេសជិតខាងក្នុងតំបន់ទីផ្សារអាស៊ាន ទីផ្សារចិន កូរ៉េ និងជប៉ុន។
- ❖ ត្រូវជំរុញទីផ្សារឥណ្ឌា មជ្ឈិមបូព៌ា និងទីផ្សាររុស្ស៊ី។
- ❖ ត្រូវជំរុញទាក់ទាញភ្ញៀវពីទីផ្សារអឺរ៉ុប ពិសេសស្របពេលដែលអាកាសចរណ៍បារាំង និងអាកាសចរណ៍ ផ្សេងៗទៀតហោះត្រង់មកកម្ពុជា។
- ❖ ទីផ្សារអាមេរិក ទោះបីទទួលរងវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចក៏ដោយ ក៏ទីផ្សារនេះសំខាន់ និងមានចំណែកបង្ក ក្នុងចំនួនភ្ញៀវស្រុកមកកម្ពុជា។ ទីផ្សារអាមេរិកស្ទុះឡើងវិញក្រោយដំណាក់កាលវិបត្តិ។
- ❖ ត្រូវជំរុញទាក់ទាញនិងបំផុសគំនិតមកទស្សនាមាតុភូមិរបស់បងប្អូនខ្មែររស់នៅបរទេស។ ទីផ្សារនេះផ្តល់ផលសេដ្ឋកិច្ចប្រសើរណាស់តាមរយៈការនាំមកឲ្យកម្ពុជា នូវវប្បធម៌បណ្តុះបណ្តាល និងធនធានចំណេះដឹង។ ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយក្រសួងការបរទេសនិងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិជំរុញសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយចូលជ្រៅក្នុងសហគមន៍ខ្មែរនៅបរទេស ហើយតាមរយៈនេះ យើងក៏អាចទាក់ទាញទេសចរបរទេសផងដែរ។
- ❖ ស្ថានទូត ស្ថានកុងស៊ុលកម្ពុជានៅបរទេស គឺជាកន្លែងសម្រាប់ផ្តល់ព័ត៌មាន និងជួយជំរុញសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍។ ស្ថានតំណាងពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវបន្តជំរុញទាក់ទាញទេសចរ និងអ្នកវិនិយោគឲ្យសកម្មថែមទៀត។
- ❖ ក្រសួងទេសចរណ៍ត្រូវពិនិត្យនិងកែសម្រួលស្ថានតំណាងទេសចរណ៍ឯកជននៅបរទេស ដោយត្រូវជំរុញស្ថានតំណាងដែលមានស្រាប់ឲ្យសកម្មឡើង និងរៀបចំចាត់ចែងស្ថានតំណាងបន្ថែមទៀត នៅតាមទីផ្សារទេសចរណ៍នីមួយៗ។
- ❖ ជំរុញភ្ញៀវគរការចូលរួមការងារទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយពីផ្នែកឯកជន ដៃគូអភិវឌ្ឍ និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ក្នុងនោះយន្តការកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរដ្ឋនិងឯកជន ត្រូវបន្តពង្រឹងនិងពង្រីក។
- ❖ ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាដែលចូលរួមគ្នារវាងស្ថាប័នរដ្ឋនិងផ្នែកឯកជនត្រូវបង្កើតឡើងនិងដំណើរការដូចមានចែងក្នុងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។
- ❖ ជំរុញការផលិតនិងចែកចាយសម្ភារៈឯកសារផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ច្រើនប្រភេទ និងច្រើនភាសា(ទីផ្សារអាទិភាព)។ ការផ្សព្វផ្សាយត្រូវចូលជ្រៅដល់ក្នុងទីផ្សារ ដោយមានការសិក្សាវិភាគទីផ្សារច្បាស់លាស់។
- ❖ ជំរុញសកម្មភាពនិងលើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាព រៀបចំផែនការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន។
- ❖ ជំរុញបន្ថែមការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក តាមរយៈមណ្ឌលព័ត៌មានដែលមានស្រាប់ ការរៀបចំស្ថាបនាបណ្តាញនិងមណ្ឌលព័ត៌មានថ្មីៗបន្ថែម ការដោះ រំលោភទេសចរណ៍តាមច្រកទ្វារព្រំដែន និងការផលិតសម្ភារៈឯកសារផ្សព្វផ្សាយសម្រាប់ទេសចរក្នុងស្រុក។



- ❖ សហការរៀបចំអន្តរជាតិ។
- ❖ ជំរុញផ្សព្វផ្សាយ (១៨៩) ខ. រ. រ. រ.
- ❖ រៀបចំផែនការយនៅតាមទីផ្សារអា
- ❖ បង្កើនសមត្ថភាពដែលជាយន្តការរបស់កម្ពុជាលើន
- ❖ បន្តជំរុញការអភិវឌ្ឍ
- ❖ រៀបចំផែនការជាសកម្មភាពស្ថាន
- ៣- ផែនការនិងដឹកនាំ (១៩០) ក. រ. រ.
- ❖ ជំរុញការដោះស្រាយនិងការពង្រីកការ
- ❖ ក្រសួងទេសចរណ៍ប្រទេសក្នុងអាស៊ីហោះហើរត្រង់មកថែមទៀតមកពីក្នុងទាក់ទាញ ឲ្យមាន
- ❖ ជំរុញដំណើរការបន្តនិងអន្តរជាតិ(ថ្ងៃពិនិត្យនិងសម្រួលពង្រឹងសមត្ថភាពប្រតិបត្តិការក្នុងស្រុក
- ❖ បន្តគោលនយោបាយនានា ដំណើរការទឹកចិត្តនានា ត្រូវ

ម្យ៉ាងនេះ និងនិន្នាការរឹកចម្រើន
 ទេសជិតខាងក្នុងតំបន់ទីផ្សារ
 កាសចរណ៍បារាំង និងអាកាស
 នេះសំខាន់ និងមានចំណែក
 ក្រោយដំណាក់កាលវិបត្តិ។
 បន្តបន្ទាប់នៅបរទេស។
 កម្ពុជា នូវរូបិយបណ្ណបរទេស
 ក្រសួងការបរទេសនិងសហ-
 គមន៍ខ្មែរនៅបរទេស ហើយ

ផ្តល់ព័ត៌មាន និងជួយជំរុញ
 ត្រូវបន្តជំរុញទាក់ទាញទេសចរ
 ចរណ៍ឯកជននៅបរទេស
 រៀបចំចាត់ចែងស្ថានតំណាង
 ដៃគូអភិវឌ្ឍ និងស្ថាប័ន
 បន្តពង្រឹងនិងពង្រីក។
 ផលចូលរួមគ្នារវាងស្ថាប័ន
 ក្នុងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍។
 ចរណ៍ច្រើនប្រភេទ និងច្រើន
 ផ្សារ ដោយមានការសិក្សា
 យោងតាមរយៈប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យា
 ព័ត៌មានដែលមានស្រាប់
 ណាមួយទៅលើការវិនិយោគ
 ទេសចរក្នុងប្រទេស។



- ❖ សហការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ វប្បធម៌ កីឡា ដើម្បីជំរុញសមត្ថភាពទេសចរណ៍ទាំងជាតិនិងអន្តរជាតិ។
- ❖ ជំរុញផ្សព្វផ្សាយទាក់ទាញប្រភេទទេសចរណ៍ MICE នៅកម្ពុជា។

(១៨៩) **ខ. រយៈពេលមធ្យមនិងវែង**

- ❖ រៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍សម្រាប់រយៈពេលមធ្យមនិងវែងនៅតាមទីផ្សារអាទិភាពនីមួយៗ។
- ❖ បង្កើនសមត្ថភាពនិងប្រសិទ្ធភាពនៃក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ដែលជាយន្តការទីផ្សារដ៏មានឥទ្ធិពលសម្រាប់អនាគត នៃការលើកកម្ពស់កម្លាំងប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិ។
- ❖ បន្តជំរុញការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សប្រើឲ្យការងារទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍។
- ❖ រៀបចំផែនការដាក់ស្ថានតំណាងទេសចរណ៍នៅតាមទីផ្សារអាទិភាពសំខាន់ៗ ពង្រឹងនិងពង្រីកសកម្មភាពស្ថានតំណាងទាំងនេះ។

៣- ផែនការ និងវិធានការពាក់ព័ន្ធនឹងការតភ្ជាប់ និងការសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍

(១៩០) **ក. រយៈពេលខ្លី**

- ❖ ជំរុញការដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនានា ដើម្បីសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍និងការពង្រីកការតភ្ជាប់កម្ពុជា ជាមួយតំបន់ និងពិភពលោក។
- ❖ ក្រសួងទេសចរណ៍ និងរដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍ស៊ីវិល ត្រូវជំរុញកិច្ចសហការជាមួយប្រទេសក្នុងអាស៊ានបន្ថែមទៀតក្នុងការតភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាស ក្នុងនោះសម្រេចឲ្យបានការហោះហើរត្រង់មកកម្ពុជា ពីឥណ្ឌូនេស៊ី ហ្វីលីពីន ប្រ៊ុយណេ និងការបង្កើនការហោះហើរច្រើនថែមទៀតមកពីក្នុងតំបន់។ បង្កើនការហោះហើរបន្ថែមពីប្រទេសចិន កូរ៉េ សិង្ហបុរី។ល។ ជំរុញទាក់ទាញ ឲ្យមានការហោះហើរត្រង់មកពីប្រទេសជប៉ុន រុស្ស៊ី ឥណ្ឌា និងអាហ្វ្រិក។
- ❖ ជំរុញដំណើរការយ៉ាងសកម្មនៃអាកាសយានដ្ឋានខេត្តព្រះសីហនុ ទាំងការហោះហើរក្នុងស្រុកនិងអន្តរជាតិ(ថ្ងៃអនាគត) ដោយសហការជាមួយក្រុមហ៊ុនសម្បទានព្រលានយន្តហោះ (SCA) ពិនិត្យនិងសម្រួលផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តនានាដល់ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍។
- ❖ ពង្រឹងសមត្ថភាពអាកាសចរណ៍ជាតិទាំងបរិមាណ គុណភាព និងប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាព ដើម្បីប្រតិបត្តិការក្នុងស្រុកនិងទៅកាន់អន្តរជាតិ។
- ❖ បន្តគោលនយោបាយបើកចំហជើងមេឃ ដោយអនុញ្ញាតឲ្យមានក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍នានា ដំណើរការនៅកម្ពុជា ទាំងលក្ខណៈក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ។ ពិនិត្យនិងសម្រួលផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តនានា ត្រូវពិនិត្យពិចារណាដើម្បីសម្រេចគោលដៅនេះ។



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



- ❖ សិក្សាការយកថ្លៃទិដ្ឋាការប្រទេសជិតខាងកម្ពុជាទាក់ទាញទេសចរចូលទ្បាវ និងថែសរុបប្រមា
 - ❖ ជំរុញការអនុវត្តឲ្យបានដែន សម្រាប់ប្រជាជន
 - ❖ ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ ដំមាននាវាទេសចរណ៍ធំលើកទឹកចិត្តដោយការសាធារណការនិងដឹកទេសចរណ៍បន្ថែមនៅក្នុងប្រទេសវៀតណាម
- (១៩១) ខ. រយៈពេល
- ❖ ត្រូវសិក្សាលទ្ធភាពព្រះសីហនុ ដើម្បីសិក្សាលទ្ធភាពនៃការស្រាវជ្រាវប្រមាណ១០លាននាក់ហោះនៅខេត្តព្រះវិហារជំរុញសកម្មភាពទេស
 - ❖ ក្រសួងសាធារណការនិងផ្ទាក់ក្រោមជាតិរាជធានីសម្ព័ន្ធ ដូចជា ផ្លូវ ប្រព័ន្ធគមន៍។ល។ ដើម្បីគាំស្រាយបញ្ហាគ្រោះថ្នាក់សាធារណៈគឺជាប្រការគ្រប់ច្រកទ្វារអន្តរជាតិទទួលស្គាល់ជាអន្តរជាតិនិងគ្មានបញ្ហាអសកម្ម។ទាន់សម័យនិងមានយុការលើកលែងទិដ្ឋាការកាន់តែត្រូវបានជំរុញទូល

ក និងផ្លូវទឹក ពិសេស ការបន្ត
សចរណ៍ធំៗ។

អាកាសចរណ៍ "ថ្លៃទាប" "Low
ខេត្តព្រះសីហនុ។

សក្តានុពល និងអន្តរជាតិ
កម្ពុជាប្រទេសជាប់ព្រំដែន។

នាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករក្នុង
រដ្ឋមានរថយន្តលក្ខណៈ

ការនិងដឹកជញ្ជូន ត្រូវរៀបចំ
ជាតាសាអន្តរជាតិ) ដើម្បីបង្ក

កន្លែងទស្សនាទេសភាពដែល
ការទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ដែល

លដៅទេសចរណ៍ និង

មានសម្បទាសមរម្យ ទាំង

អគារអ្នកដំណើរ ចំណត

ការដំណើរភ្ញៀវគ្នា ការបន្ត

លើកកម្ពស់ការយល់ដឹង

និងការផ្តល់ភាពកក់ក្តៅ

ត្រូវពិនិត្យសិក្សាក្នុងការបើក

កិច្ចការទាំងនេះត្រូវទទួល

និងដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍។

កដល់។ ទិដ្ឋាការត្រូវផ្តល់

យកត្រូវបានផ្តល់តាមប្រព័ន្ធ

ទេសនិងសហប្រតិបត្តិការ

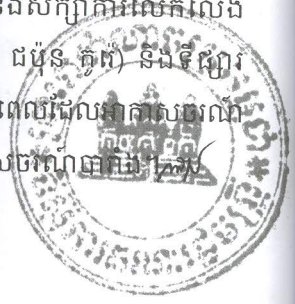
ជាមួយប្រទេសមួយចំនួនក្នុង

កន្លែងនោះហើយ។

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

(១៩១) **ខ. រយៈពេលមធ្យមនិងវែង**

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



បក្សភាពប្រទាក់ក្រឡាគ្នា និង
ប្រព័ន្ធច្បាប់គ្រប់គ្រង ផែនការ
នៃការអភិវឌ្ឍ។

រដ្ឋធម្មនុញ្ញ

ត្រូវបន្តអនុវត្តកាន់តែមាន
និងពង្រីកប្រព័ន្ធនេះបន្ថែមទៅ
និងតាមព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍

ប៉ាន់ពាក់ព័ន្ធរៀបចំពង្រឹងនិង
ពិបាកជាតិរហូតដល់មូលដ្ឋាន
គ្រឹះដែលមានស្រាប់ ដូចជា
ព្រលឹងផ្នែកសង្គ្រោះបន្ទាន់ឬបឋម
ស្របទាន់ពេលវេលា។

ម៉ែទេសចរណ៍ដូចជា ប្រជា-
នភ័យ ឥរិយាបថទេសចរណ៍
ជួយសង្គ្រោះបន្ទាន់និងការចាត់

ទេសចរណ៍នៅតាមគោលដៅ
ប៉ាន់ទេសចរណ៍។

នាការលុបបំបាត់ភាពអនាធិប-
នាចំពោះភ្ញៀវ។ ត្រូវរៀបចំការ
ស្រាវជ្រាវអ្នកបើកបរ និងអនុវត្ត

ម្ចាស់មូលដ្ឋានអាជីវកម្ម
ភាពភ្ញៀវនៅក្នុងដែនអាជីវកម្ម
ច្បាស់លាស់ និងត្រួតពិនិត្យ

មានសមត្ថកិច្ចពាក់ព័ន្ធ ត្រូវមានយន្តការគ្រប់គ្រងនិងត្រួតពិនិត្យអប់រំជាប្រចាំ នៅតាមកន្លែង
លក់ម្ហូបអាហារ អាហារដ្ឋាន ភោជនីយដ្ឋាន។ល។

- ❖ ត្រូវលុបបំបាត់បញ្ហាការផលិតនិងលក់ដូរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ឬទំនិញក្លែងក្លាយនៅតាមគោលដៅ
ទេសចរណ៍។ ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ចាត់វិធានការគ្រប់គ្រងកន្លែង
លក់ដូរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទេសចរណ៍ទាំងអស់និងដាក់ទោសតាមច្បាប់ចំពោះជនល្មើស។
ត្រូវចងក្រងសមាគមអ្នកលក់ដូរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ កាត់បន្ថយការលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ផលិតផល
នៅក្រៅប្រទេស។
- ❖ អាជ្ញាធរដែនដីសហការជាមួយសមត្ថកិច្ចជំនាញគ្រប់គ្រង ពង្រឹងមូលដ្ឋានអាជីវកម្ម សេវាកម្ម
ទេសចរណ៍ សហគមន៍ទេសចរណ៍មូលដ្ឋានជាប្រចាំ និងចាត់វិធានការជាបន្ទាន់ក្នុងករណី
មានបញ្ហាទាក់ទងនឹងសុវត្ថិភាពភ្ញៀវកើតឡើង។
- ❖ ក្រសួងទេសចរណ៍ ត្រូវគ្រប់គ្រងម៉ត់ចត់លើការវិវត្តទេសចរណ៍ ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ពិសេសការនាំ
ទេសចរកម្ពុជាទៅបរទេសដើម្បីធានាថាភ្ញៀវទាំងនោះមានសុវត្ថិភាពក្នុងការទស្សនា និងចាត់
វិធានការទាន់ពេលវេលា ក្នុងករណីចាំបាច់ដើម្បីធានាសុវត្ថិភាពជូនភ្ញៀវ។
- ❖ ក្រសួងទេសចរណ៍សហការជាមួយអាជ្ញាធរដែនដី ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ រៀបចំប្លង់មេអភិវឌ្ឍទេស-
ចរណ៍តំបន់ឆ្នេរ និងអនុវត្តត្រឹមត្រូវតាមប្លង់។ តំបន់ឆ្នេរត្រូវមានប្រព័ន្ធការពារសុវត្ថិភាព
ទេសចរណ៍រឹងមាំនិងធនធានមនុស្សសមស្រប។
- ❖ គណៈកម្មការសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍មួយត្រូវបង្កើតឡើង ដឹកនាំដោយក្រសួងទេសចរណ៍ និង
ចូលរួមដោយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ អាជ្ញាធរដែនដី និងផ្នែកឯកជន។

(១៩៣) ខ. រយៈពេលមធ្យមនិងវែង

- ❖ រៀបចំផែនការរយៈពេលវែងស្តីពីការការពារ និងពង្រឹងប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ ដោយ
រៀបចំយន្តការអនុវត្តយូរអង្វែង។
- ❖ កសាងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនៃប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ នៅតាមតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាព
ប្រទាក់ក្រឡាគ្នានៅទូទាំងប្រទេស ដូចជា ការធ្វើទំនើបកម្ម និងការស្ថាបនាថ្មី មណ្ឌលឬមន្ទីរ
ព្យាបាល មធ្យោបាយសង្គ្រោះទំនើប និងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សសម្រាប់ការងារនេះ។
- ❖ គ្រប់គ្រងអត្តសញ្ញាណភ្ញៀវ និងមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនតាម
ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានទំនើប និងប្រទាក់ក្រឡាគ្នាទូទាំងប្រទេស។
- ❖ សិក្សានិងរៀបចំអនុវត្តប្រព័ន្ធធានារ៉ាប់រងទេសចរណ៍ ដើម្បីបង្កើនភាពជឿទុកចិត្តថែមទៀត
ចំពោះការទស្សនាកម្ពុជា។

៥- ផែនការនិងវិធានការច្បាប់និងយន្តការអនុវត្ត

(១៩៤) ក. រយៈពេលខ្លី

- ❖ ពង្រឹងការអនុវត្តច្បាប់ជាធរមាន ពិសេសច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍និងបទដ្ឋានគតិយុត្តនានា
ដើម្បីធានាការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព។



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

(១៩៥) ខ. រយៈពេលមធ្យមនិងវែង

- ❖ ក្រសួងទេសចរណ៍ ត្រូវបង្កើតវិទ្យាស្ថានជាតិទេសចរណ៍និងគ្រឹះស្ថានជាតិបណ្តុះបណ្តាលទេសចរណ៍ ដើម្បីជំរុញដឹកនាំការសិក្សាស្រាវជ្រាវនិងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងត្រូវបង្កើនច្បាប់និងយន្តការសមស្របបន្ថែម។

៦- ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស

(១៩៦) ក. រយៈពេលខ្លី

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



- ❖ ខិតខំស្វែងរកការអភិវឌ្ឍធនធានកម្មសិក្សាដកថ្លៃ
- ❖ ជំរុញផ្នែកឯកជនបណ្តុះបណ្តាល

(១៩៧) ខ

- ❖ ជំរុញការបង្កើតទេសចរណ៍ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនឹងការអភិវឌ្ឍន៍
- ❖ ពង្រឹងនិងពង្រីកក្នុងវិស័យទេសចរណ៍
- ❖ បន្តយកចិត្តទុកដាក់អនុវត្តជាតិស្តីពីការអនុវត្ត (MRA)
- ❖ សិក្សាស្រាវជ្រាវ
- ❖ រៀបចំផែនការតម្រូវការនៃកម្មវិធី

VIII. ធនធានហិរញ្ញវត្ថុ

(១៩៨) ប្រភព

មកពីថវិការដ្ឋ ធនធានផ្សេងៗទៀត។ គណៈកម្មាធិការតម្រូវការថវិកា ឬប្រភពប្រចាំឆ្នាំ

IX. ការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃ

(១៩៩) វាយតម្លៃ

កំណត់នីមួយៗ ដោយដាក់ចេញ រួមទាំងសូចនាករបង្កើតឡើងនូវគណៈកម្មាធិការដ្ឋាននឹងត្រូវបានរៀបចំឡើងវិញនិងវាយតម្លៃយន្តការគណៈកម្មាធិការ

បន្ថែមនូវបទដ្ឋានគតិយុត្តិប្រើន
គ្រប់គ្រងសេវាកម្មកម្មវិធីប្រភេទ
មន្ទីរ ទេសចរណ៍ សុវត្ថិភាព
ចរាចរណ៍។

ពិសេសគឺ៖ កម្មការគ្រប់គ្រង
រដ្ឋនិងឯកជន។ល។ ត្រូវជំរុញ
ប្រតិបត្តិការសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វ
ផ្សាយនៅរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ
អនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ
មួយនៅក្រសួងទេសចរណ៍។
និងត្រូវជំរុញត្រួតពិនិត្យការ

គ្រឹះស្ថានជាតិបណ្តុះបណ្តាល
ឧបត្ថម្ភធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យ

សមត្ថភាពធនធានមនុស្ស
និងប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន។
នសហគមន៍ខ្មែរនៅបរទេស

ចរាចរណ៍។ ការសិក្សាបង្ហាញ
២០១៥) ទៅ២០០០នាក់
ក្នុងន័យ(ឆ្នាំ២០២០) ។

និងបង្កើនទិន្នន័យអ្នកជំនាញ
បុគ្គលិកផ្សេងៗទៀត។

ត និងប្រជាពលរដ្ឋតាមរយៈ
សិក្សា។

- ❖ ខិតខំស្វែងរកការជួយឧបត្ថម្ភគាំទ្រពីដៃគូអភិវឌ្ឍ អង្គការជាតិ អន្តរជាតិ ដើម្បីជំរុញបង្កើន
ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស និងលើកកម្ពស់សមត្ថភាពជំនាញ ទាំងការបណ្តុះបណ្តាល និង
កម្មសិក្សាដកស្រង់បទពិសោធន៍នៅបរទេស។
- ❖ ជំរុញផ្នែកឯកជនពិសេសប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍ ឲ្យចូលរួមកាន់តែសកម្មឡើងក្នុងចលនា
បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក និងបម្រើការងារតាមមូលដ្ឋានអាជីវកម្មនីមួយៗ។

(១៩៧) ខ. រយៈពេលមធ្យមនិងវែង

- ❖ ជំរុញការបង្កើតនិងដំណើរការសាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ និងគ្រឹះស្ថានសិក្សា
ទេសចរណ៍ជាតិដូចមានចែងនៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ ដោយកិច្ចសហការជាមួយ
ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនិងដៃគូអភិវឌ្ឍ។
- ❖ ពង្រឹងនិងពង្រីកសមត្ថភាពជំនាញនិងការគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ដល់មន្ត្រី បុគ្គលិកបម្រើការងារ
ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។
- ❖ បន្តយកចិត្តទុកដាក់អនុវត្តកិច្ចព្រមព្រៀងនានា ក្នុងក្របខ័ណ្ឌកិច្ចសហប្រតិបត្តិការតំបន់និង
អន្តរជាតិស្តីពីការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សនិងការធ្វើបង្គោលទីនៃអ្នកជំនាញទេសចរណ៍ ពិសេស
ការអនុវត្ត (MRA) ក្នុងក្របខ័ណ្ឌអាស៊ាន។
- ❖ សិក្សាការបង្កើតមូលនិធិដើម្បីជួយសិស្សសិក្សាជំនាញទេសចរណ៍។
- ❖ រៀបចំផែនការនិងការអនុវត្តស្តីពីតម្រូវការទីផ្សារ និងការផ្គត់ផ្គង់កម្លាំងពលកម្ម ព្រមទាំង
តម្រូវការនៃការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។

VIII. ធនធានហិរញ្ញវត្ថុ

(១៩៨) ប្រភពធនធានហិរញ្ញវត្ថុ សម្រាប់ទ្រទ្រង់ការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ អាចបាន
មកពីថវិការដ្ឋ ធនធានពីផ្នែកឯកជន រួមមានការវិនិយោគ ពីដៃគូអភិវឌ្ឍ និងប្រភពធនធានស្របច្បាប់
ផ្សេងៗទៀត។ គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ត្រូវរៀបចំផែនការសកម្មភាព ដោយភ្ជាប់
គម្រោងថវិកា ឬប្រភពហិរញ្ញវត្ថុទៅតាមសកម្មភាពនីមួយៗ ដើម្បីរៀបចំការអនុវត្ត។

IX. ការត្រួតពិនិត្យនិងវាយតម្លៃ

(១៩៩) ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ទាមទារការពិនិត្យនិងវាយតម្លៃការអនុវត្តទៅតាមកាល
កំណត់នីមួយៗ ដោយពឹងផ្អែកជាមូលដ្ឋានលើផែនការសកម្មភាពនិងវិធានការទាំងឡាយ ដែលបាន
ដាក់ចេញ រួមទាំងសូចនាករគោលសំខាន់ៗ។ បន្ទាប់ពីឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ត្រូវបានអនុម័ត និងការ
បង្កើតឡើងនូវគណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ផែនការសកម្មភាពលម្អិត រួមទាំងសូចនាករតាម
ដាននឹងត្រូវបានរៀបចំភ្លាម ហើយប្រគល់ភារកិច្ចអនុវត្តទៅតាមផ្នែកពាក់ព័ន្ធនីមួយៗ។ ដូច្នេះការត្រួត
ពិនិត្យនិងវាយតម្លៃលទ្ធផលនិងប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ នឹងត្រូវបានធ្វើឡើងតាម
យន្តការគណៈកម្មាធិការនេះ ដោយមានអគ្គលេខាធិការដ្ឋានមួយសម្រាប់ជួយជាសេនាធិការ។



(២០០) គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ត្រូវប្រជុំពិនិត្យនិងវាយតម្លៃការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ យ៉ាងតិចមួយដងក្នុងមួយឆ្នាំ និងកិច្ចប្រជុំវិសាមញ្ញផ្សេងៗទៀតទៅតាមការចាំបាច់។ នៅរៀងរាល់ដំណាច់ឆ្នាំនីមួយៗ ត្រូវមានការបូកសរុបលទ្ធផលនៃការអនុវត្ត និងវាយការណ៍លទ្ធផលនេះជូនរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។ ឆ្នាំ២០១៦ ត្រូវចាត់ទុកជាឆ្នាំពាក់កណ្តាលអាណត្តិនៃការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ដោយត្រូវពិនិត្យនិងវាយតម្លៃលទ្ធផលរួមពាក់កណ្តាលអាណត្តិ។ ក្រោយការត្រួតពិនិត្យម្តងៗ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ អាចត្រូវបានកែសម្រួលតាមសភាពការណ៍ជាក់ស្តែង ដោយមានការពិនិត្យម៉ត់ចត់ និងស្នើឡើងដោយគណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ជូនរាជរដ្ឋាភិបាលពិនិត្យនិងសម្រេច។

X. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

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

(២០២) វិស័យទេសចរណ៍ គឺជាការនាំចេញនៅនឹងកន្លែងដោយនាំភ្ញៀវមកទិញនិងប្រើប្រាស់ទំនិញឬសេវានៅក្នុងប្រទេសតែម្តង បន្ថែមលើការនាំចេញទៅបរទេស។ សកម្មភាពនេះជំរុញយ៉ាងខ្លាំងនូវការរួមចំណែកធ្វើឲ្យមានលំនឹងផ្នែកជញ្ជីងពាណិជ្ជកម្ម ការរីកលូតលាស់នៃសេដ្ឋកិច្ច និងការផ្តល់ឱកាសការងារដល់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងស្រុក។ ម្យ៉ាងទៀត វិស័យទេសចរណ៍ដែលមានលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធជួយជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យនានា ដូចជាហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតមនាគមន៍ ទូរគមនាគមន៍ កសិកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម បរិស្ថាន ធនាគារ។ល។ ការអភិរក្សនិងអភិវឌ្ឍវប្បធម៌ជាតិ។

(២០៣) រាជរដ្ឋាភិបាលប្តេជ្ញាយ៉ាងម៉ឺងម៉ាត់ ជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយ គុណភាព និងនិរន្តរភាពនៅក្នុងបរិយាកាសសន្តិភាព ស្ថិរភាព សុវត្ថិភាព និងការអភិវឌ្ឍ។ រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញ និងអនុវត្តជាបន្តបន្ទាប់នូវបទដ្ឋានគតិយុត្ត វិធានការ ផែនការ និងយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីសម្រេចចក្ខុវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា " ទេសចរណ៍វប្បធម៌និងធម្មជាតិ និងប្រែក្លាយព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា " ជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោកប្រកបដោយភាពកក់ក្តៅ។ ចក្ខុវិស័យនេះសម្រេចទៅបានគឺ ទាមទារការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ផ្នែកឯកជន ដៃគូអភិវឌ្ឍ និងប្រជាពលរដ្ឋព្រមទាំងការរួមគ្នាដោះស្រាយបញ្ហាអសកម្មទាំងឡាយ។ ជាមួយគ្នានេះក៏ទាមទារនូវការកែទម្រង់ប្រព័ន្ធចាំបាច់មួយចំនួន ពិសេសផ្នែកការងារហិរញ្ញវត្ថុ ពង្រឹងយន្តការដែលមានស្រាប់ និងការធ្វើគុណភាពការងារថ្មីសមស្រប និងកត្តាធនធានមនុស្ស ដើម្បីការអនុវត្តកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។

(២០៤) សរុបមក កាលានុវត្តភាពថ្មីសម្រាប់រួមចំណែកក្នុងការកសាង

(២០៥) សម្រាប់ជាមួយនូវចំណូលប្រមាណស្ទើរកម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិពិតប្រាកដ។



ត្បូងនិងវាយតម្លៃការអនុវត្តផែន
ការទៅតាមការចាំបាច់។
និងរាយការណ៍លទ្ធផល
ណាមួយនៃការអនុវត្ត
កាលកំណត់។ ក្រោយការ
ពិភាក្សាការណែនាំស្តង់ដារ ដោយ
រាជរដ្ឋាភិបាលពិនិត្យ

កសាងសេដ្ឋកិច្ច សង្គម
មហាបរិយាកាសកម្ពុជាទៅក្នុង
មហាបរិយាកាសវិភាគលទ្ធផល
ដោយនិរន្តរភាពនៃវិស័យនេះ
ប្រែប្រួលនិងធនធានធម្មជាតិ

នាំឱ្យមកទិញនិងប្រើប្រាស់
កម្មភាពនេះជំរុញយ៉ាងខ្លាំង
នៃសេដ្ឋកិច្ច និងការផ្តល់
ដែលមានលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធ
គមនាគមន៍ កសិកម្ម

សេចក្តីប្រកបដោយ គុណ
ការអភិវឌ្ឍ។ រាជរដ្ឋាភិបាល
និងយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីសម្រេច
និងប្រែក្លាយព្រះរាជាណា
ពាក់កណ្តាល។ ចក្ខុវិស័យនេះ
គួរអភិវឌ្ឍ និងប្រជាពលរដ្ឋ
ទាមទារនូវការកែទម្រង់ប្រព័ន្ធ
ស្រាប និងបង្កើតយន្តការថ្មី



(២០៤) សរុបមកដំណាក់កាលក្រោយវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច ដែលមានរង្វង់ប្រមាណ១០ឆ្នាំ គឺពិតជា
កាលានុវត្តភាពថ្មីសម្រាប់កម្ពុជា ក្នុងការស្រូបយកផលពីការរីកចម្រើននៃវិស័យទេសចរណ៍ដើម្បី
រួមចំណែកក្នុងការកសាងសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។

(២០៥) សម្រាប់កម្ពុជាចក្ខុវិស័យឆ្នាំ២០២០នៃការមកដល់របស់ភ្ញៀវអន្តរជាតិ៧លាននាក់នាំមក
ជាមួយនូវចំណូលប្រមាណជាង ០០០លានដុល្លារក្នុង១ឆ្នាំ នឹងលេចត្រដែតឡើងយ៉ាងច្បាស់ ដោយលើក
ស្ទួយកម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិ ហើយវិស័យទេសចរណ៍សក្តិសមនឹងកិត្តិនាម "មាសប្រៃសណីយ៍" យ៉ាង
ពិតប្រាកដ។



ឧបសម្ព័ន្ធ

ល.រ	គម្រោង
I.	ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍
១	ពង្រឹងនិងពង្រីកគោលដៅទេសចរណ៍ ទាំងការគ្រប់គ្រងប្រកបដោយ
២	ចលនាប្រឡងប្រណាំង "ទីក្រុង សេវាល្អ"
៣	ជំរុញអភិវឌ្ឍស្តង់ដារទេសចរណ៍ ផលិតផល
៤	ផែនការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ក្នុង ក្រោមជាតិ
៥	ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតាំទ្រ
	៥.១. ផ្លូវទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍
	៥.២. កំពង់ផែទេសចរណ៍នៅ សំខាន់ៗនៃតំបន់ឆ្នេរតាម
	៥.៣. ព្រលានយន្តហោះខ្នាតអន្តរជាតិ ៧ទៅ១០លានក្នុង១ឆ្នាំ
	៥.៤. ពង្រីកព្រលានយន្តហោះ ជាតិ
	៥.៥. ស្ពានព្រលានឬវាលយន្តហោះ

គម្រោងសំខាន់ៗសម្រាប់ជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍
២០១២-២០២០ស្របតាមទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រ

ល.រ	គម្រោងអាទិភាព	កាលបរិច្ឆេទ ២០១២ ២០១៤	មធ្យម/ខែ ២០១៥ ២០២០	ស្ថាប័នទទួលខុសត្រូវ
I.	ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍			
១	ពង្រឹងនិងពង្រីកគោលដៅទេសចរណ៍នៅទូទាំងប្រទេសព្រមទាំងការគ្រប់គ្រងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនិងនិរន្តរភាព	X	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/គណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ រាជធានី ខេត្ត
២	ចលនាប្រឡងប្រណាំង "ទីក្រុងស្អាត មេឃីយដ្ឋានស្អាត សេវាស្អាត"	X	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/គណៈកម្មការប្រឡងប្រណាំងទីក្រុងស្អាត
៣	ជំរុញអភិវឌ្ឍស្តង់ដារទេសចរណ៍ដើម្បីលើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផល	X	x	ក្រសួងទេសចរណ៍
៤	ផែនការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់តំបន់ និងថ្នាក់ក្រោមជាតិ	X	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/គណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ រាជធានី ខេត្ត
៥	ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតំរូវ			
	៥.១. ផ្លូវទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍	X	x	ក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ/ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូន/ក្រសួងទេសចរណ៍
	៥.២. កំពង់ផែទេសចរណ៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗនៃតំបន់ឆ្នេរតាមដងទន្លេមេគង្គបឹងទន្លេសាប		x	ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូន/គណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ កម្ពុជា/អាជ្ញាធរទន្លេសាប/ក្រសួងទេសចរណ៍
	៥.៣. ព្រលានយន្តហោះខ្នាតអន្តរជាតិចំណុះផ្ទុក ៧ទៅ១០លានក្នុង១ឆ្នាំ		x	រដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍ស៊ីវិល/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ
	៥.៤. ពង្រីកព្រលានយន្តហោះខេត្តព្រះសីហនុកម្រិតអន្តរជាតិ		x	រដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍ស៊ីវិល/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ
	៥.៥. ស្តារព្រលានឬវាលយន្តហោះខេត្តតេជីវី		x	រដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍ស៊ីវិល/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ



	ខេត្តបាត់ដំបង និងខេត្តកោះកុងជាអាទិភាព			ស៊ីវិល/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ
	៥.៦. ប្រព័ន្ធទឹកស្អាត អគ្គិសនីនិងប្រព័ន្ធសំអាតទឹកកខ្វក់នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ទីក្រុងអាទិភាព		x	ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូន/ ក្រសួងឧស្សាហកម្ម រ៉ែ និងថាមពល/ក្រសួងទេសចរណ៍
	៥.៧. ជំរុញការវិនិយោគលើវិស័យទេសចរណ៍ពិសេសការដឹកជញ្ជូន សណ្ឋាគារ និងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍កម្រិតអន្តរជាតិ	x	x	ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា/ក្រសួងទេសចរណ៍
៦	ជំរុញការអភិវឌ្ឍផលិតផលសម្រាប់ប្រើប្រាស់និងនាំចេញតាមរយៈទេសចរណ៍ដូចជាម្ហូបអាហារ វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ និងសម្លៀកបំពាក់	x	x	ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម/ក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
៧	ជំរុញការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់ឆ្នេរ	x	x	គណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរ/ក្រសួងទេសចរណ៍
៨	ជំរុញការអភិវឌ្ឍគម្រោងទេសចរណ៍ “ ផ្ទះទី២ ”		x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងមហាផ្ទៃ
II. ទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍				
១	ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារទេសចរណ៍សិក្សាលម្អិតកំណត់ប្រភេទទីផ្សារ និងដាក់ចេញសកម្មភាពអនុវត្ត	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍
២	ពង្រឹងនិងពង្រីកគុណភាពនិងប្រសិទ្ធភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយមធ្យោបាយ និងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍
៣	ការដាក់ស្ថានតំណាងទេសចរណ៍កម្ពុជានៅបរទេស		x	ក្រសួងទេសចរណ៍ /ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍
៤	ពង្រីកមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍នៅតាមរាជធានី ខេត្ត និងបង្កើនសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈមណ្ឌលព័ត៌មាន	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/គណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍រាជធានី ខេត្ត
៥	បង្កើតនិងដំណើរការក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍រួមគ្នារវាងរដ្ឋនិងផ្នែកឯកជន	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ផ្នែកឯកជន



III.	ការសម្រួលការធ្វើដំណើរ
១	បង្កើនការតភ្ជាប់កម្ពុជាជាមួយតាមផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក និងផ្លូវអាកាស
២	សិក្សាអំពីទិដ្ឋភាពនិងបែបបទការចូល ចេញរបស់ភ្ញៀវ
៣	បង្កើនប្រសិទ្ធភាពគ្រប់គ្រងការពង្រីកសម្បទាទេសចរណ៍តាម
៤	ពង្រឹងនិងពង្រីកកិច្ចសហប្រតិបត្តិក្នុងតំបន់និងអន្តរជាតិដើម្បីសម្រួលទេសចរណ៍
៥	ពង្រឹងសមត្ថភាពអាកាសចរណ៍ទាំងគុណភាពដើម្បីប្រតិបត្តិការ
IV.	សន្តិសុខសុវត្ថភាពភ្ញៀវនិង
១	ពង្រឹងនិងពង្រីកប្រព័ន្ធសន្តិសុខនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ទេសចរណ៍
២	បង្កើនប្រព័ន្ធសុខាភិបាលយន្តការនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍
៣	ពង្រឹងសុវត្ថភាពភ្ញៀវទាំងការធ្វើការស្នាក់នៅ
៤	សិក្សានិងរៀបចំប្រព័ន្ធធានារ៉ាប់រងភាពជឿទុកចិត្តថែមទៀតចំពោះភ្ញៀវកម្ពុជាទៅទស្សនាបរទេស
៥	សិក្សាការបង្កើតគណៈកម្មការសុវត្ថភាពចូលរួមដោយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ

ស៊ីវិល/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ
ក្រសួងសាធារណការនិងដឹកជញ្ជូន/ ក្រសួងឧស្សាហកម្ម រ៉ែ និងថាមពល/ក្រសួងទេសចរណ៍
ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា/ក្រសួងទេសចរណ៍
ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម/ក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ/ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
គណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍតំបន់ឆ្នេរ/ក្រសួងទេសចរណ៍
ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងមហាផ្ទៃ
ក្រសួងទេសចរណ៍
ក្រសួងទេសចរណ៍
ក្រសួងទេសចរណ៍ /ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍
ក្រសួងទេសចរណ៍/គណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍រាជធានី ខេត្ត
ក្រសួងទេសចរណ៍/ផ្នែកឯកជន

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



៦	ពង្រឹងសណ្តាប់ធ្នាប់និងរបៀបរៀបរយតាមគោលដៅទេសចរណ៍	x	x	ក្រសួងមហាផ្ទៃ/ក្រសួងទេសចរណ៍
៧	ទប់ស្កាត់ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានលើទេសចរណ៍និងនៃទេសចរណ៍លើសេដ្ឋកិច្ច សង្គម វប្បធម៌ និងបរិស្ថាន	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ/ក្រសួងវប្បធម៌/ក្រសួងបរិស្ថាន/រដ្ឋបាលព្រៃឈើ
៨	ទប់ស្កាត់ការផ្ទុះឆ្លាយសេដ្ឋកិច្ចនៃវិស័យទេសចរណ៍	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ/ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
V.	មូលដ្ឋានគតិយុត្តនិយមន្ត្រីអនុវត្ត			
១	ពង្រឹងការអនុវត្តច្បាប់ជាធរមានពិសេសច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍និងបទដ្ឋានគតិយុត្តនានា	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងយុត្តិធម៌
២	បង្កើនការរៀបចំច្បាប់និងបទដ្ឋានគតិយុត្តផ្សេងៗទៀតដូចជាការគ្រប់គ្រងសេវាកម្សាន្តទេសចរណ៍ ការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍សហគមន៍	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងយុត្តិធម៌
៣	ពង្រឹងយន្តការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ដែលមានស្រាប់និងពង្រីកយន្តការថ្មីៗបន្ថែមដូចជាគណៈកម្មការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តំបន់និងយន្តការអនុវត្តនៅរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងមហាផ្ទៃ
៤	បង្កើតវិទ្យាស្ថានជាតិទេសចរណ៍ជាមជ្ឈមណ្ឌលសិក្សាស្រាវជ្រាវនិងវិភាគទេសចរណ៍ដើម្បីដាក់ចេញគោលនយោបាយផែនការយុទ្ធសាស្ត្រសមស្រប	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា/ក្រសួងការងារនិងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ
VI.	ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស			
១	ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សនិងជំរុញការបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកជំនាញ	x	x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងការងារនិងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ
២	ការងារទាក់ទងនឹងMRA ការទទួលស្គាល់និងបង្កាត់ទីនៃអ្នកជំនាញទេសចរណ៍	x	x	គណៈកម្មការទទួលស្គាល់អ្នកជំនាញទេសចរណ៍
៣	ការបង្កើតនិងដំណើរការគ្រឹះស្ថានទេសចរណ៍ជាតិ		x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
៤	សិក្សាបង្កើតមូលនិធិសម្រាប់ជួយសិស្សសិក្សាទេសចរណ៍		x	ក្រសួងទេសចរណ៍/ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា



ស្តីពី
បណ្តាញ
ការដឹកនាំ និង
ទេសចរណ៍
ស្តីពី
ទាំង៤ប្រការ
ក្រុមការងារ
១. ឯកឧត្តម
២. លោក
៣. លោក
៤. លោក
៥. លោក

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះ **ឯកឧត្តម បណ្ឌិត ថោង ខុន រដ្ឋមន្ត្រី ក្រសួងទេសចរណ៍** ចំពោះ ការដឹកនាំ និងណែនាំដល់ក្រុមការងាររៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០ប្រកបដោយជោគជ័យ។

សូមគោរពជូនពរ **ឯកឧត្តមរដ្ឋមន្ត្រី** សូមទទួលបាននូវពុទ្ធពរ ទាំង៤ប្រការ គឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ និងពលៈ កុំប្តីឃ្លាងឃ្លាតឡើយ។

ក្រុមការងាររៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០

- | | | |
|----|--------------------------|---|
| ១. | ឯកឧត្តម ឌិត ចន្ទា | អគ្គនាយកទេសចរណ៍ |
| ២. | លោក សុខ សុគុណ | ប្រធាននាយកដ្ឋានផែនការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ |
| ៣. | លោក យ៉ន ណាត | អនុប្រធាននាយកដ្ឋានផែនការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ |
| ៤. | លោក វ៉ា វណ្ណៈ | នាយករងខុទ្ទកាល័យ រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍ |
| ៥. | លោក អែម សារ៉ាវិធី | នាយការិយាល័យ ទេសចរណ៍សហគមន៍ |



ក្រសួងទេសចរណ៍
រណ/ក្រសួងសេដ្ឋ-
ក្រសួងវប្បធម៌/
រដ្ឋបាលព្រៃឈើ
រណ/ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច
សង្គមកសិកម្ម រុក្ខា
រាជ
រណ/ក្រសួងយុត្តិធម៌
រណ/ក្រសួងយុត្តិធម៌
រណ/ក្រសួងមហាផ្ទៃ
រណ/ក្រសួងអប់រំ
រណ/ក្រសួងការងារ
លវិជ្ជាជីវៈ
រណ/ក្រសួងការងារ
លវិជ្ជាជីវៈ
លស្គាល់អ្នក
រណ
រណ/ក្រសួងអប់រំ

