ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា

វិធានការគោលនយោបាយ
ជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង
ឆ្នាំ២០២១-២០២៣

អនុម័តដោយរាជរដ្ឋាភិបាល ថ្ងៃទី២៣ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២១

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា

វិធានការគោលនយោបាយ
ជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង
ឆ្នាំ ២០២១ - ២០២៣

អនុម័តដោយរាជរដ្ឋាភិបាល ថ្ងៃទី២៣ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២១

អារម្ភកថា

ក្នុងនាមរាជរដ្ឋាភិបាល ខ្ញុំសូមសម្តែងនូវមនោសញ្ចេតនារីករាយថ្លែងនូវសារលិខិតជូនជនរួមជាតិទាំងអស់ជាទីស្នេហា អំពីឆន្ទៈ ការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល គាំទ្រវិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ឆ្នាំ២០២១-២០២៣។ **វិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង**នេះមានចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់សម្រាប់ការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ សំដៅសម្រេចឱ្យបានចំនួនភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុង ប្រមាណ ១១លាននាក់ នៅឆ្នាំ២០២៣។

ជំងឺកូវីដ-១៩ បានបង្កឱ្យមានវិបត្តិសុខភាពសាធារណៈ និងផ្តល់ផលប៉ះពាល់យ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរចំពោះសេដ្ឋកិច្ច-សង្គម ស្ទើរគ្រប់វិស័យ សម្រាប់កម្ពុជា តំបន់ និងសកលលោក។ វិបត្តិនេះបានធ្វើឱ្យចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិមកទស្សនាកម្ពុជាធ្លាក់ចុះ ៨០,២% និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកធ្លាក់ចុះក្នុងរង្វង់ប្រមាណ ២០% ជាមួយនឹងការខាតបង់ប្រាក់ចំណូលប្រមាណ ៣ ប៊ីលានដុល្លារអាមេរិក នៅឆ្នាំ២០២០។ ប្រឈមនឹងវិបត្តិដ៏ស្រួចស្រាវនេះ កាលពីថ្ងៃទី៣០ ខែមីនា ឆ្នាំ២០២១ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានអនុម័តដាក់ចេញ**ផែនទីចង្អុលផ្លូវស្តីពី ផែនការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩** ដែលជាឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ការរៀបចំវិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងនេះឡើង ដោយផ្តោតយ៉ាងសំខាន់លើការថ្លឹងថ្លែង រវាងកម្រិតហានិភ័យនៃការឆ្លងក្នុងតំបន់ ដែលត្រូវអនុញ្ញាតឱ្យមានសកម្មភាព ទេសចរណ៍ពេញលេញឡើងវិញ ព្រមទាំងសមត្ថភាពក្នុងការឆ្លើយតបទាន់ពេលវេលា និងផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចដែលទទួលបានសម្រាប់ប្រទេសជាតិ។

ទន្ទឹមនឹងការត្រៀមបើកទទួលទេសចរណ៍វ៉ាក់សាំងនៅចុងឆ្នាំ២០២១ ក្នុងនាមរាជរដ្ឋាភិបាល ខ្ញុំសូមដាក់ចេញនូវយុទ្ធនាការ **"ទស្សនាស្រុកយើង"** ក្រោមស្មារតី **"ស្រលាញ់ជាតិ ត្រូវស្គាល់ទឹកដី"** សំដៅជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង តាមរយៈការបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលឱ្យប្រជាពលរដ្ឋអាចធ្វើដំណើរបានទូទាំងប្រទេស ប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និងក្តីសប្បាយរីករាយ។

ជាថ្មីម្តងទៀត ក្នុងនាមរាជរដ្ឋាភិបាល ខ្ញុំសូមវាយតម្លៃខ្ពស់ចំពោះក្រសួងទេសចរណ៍ និងគណៈកម្មាធិការគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ដែលបានសហការគ្នាធ្វើឱ្យវិធានការគោលនយោបាយនេះ បានលេចចេញជារូបរាង ហើយត្រូវបានអនុម័ត និងបានក្លាយជាឯកសារដ៏មានតម្លៃបំផុតសម្រាប់ជាតិយើង។ ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះ ខ្ញុំសូមអំពាវនាវគ្រប់ក្រសួង-ស្ថាប័ន អាជ្ញាធរដែនដីគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ ដៃគូអភិវឌ្ឍ អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ វិស័យឯកជន ក៏ដូចជាប្រជាជនទាំងអស់ សូមចូលរួមគាំទ្រ និងរួមចំណែកឱ្យបានសកម្មក្នុងការអនុវត្តវិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងឱ្យទទួលបានជោគជ័យជាស្ថាពរ។

ខ្ញុំសង្ឃឹមយ៉ាងមុតមាំថា វិធានការគោលនយោបាយនេះ ក្លាយជាត្រីវិស័យក្នុងការស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ប្រកបដោយចីរភាព គុណភាព សុវត្ថិភាព និរន្តរភាព ការទទួលខុសត្រូវ និងបរិយាប័ន្ន។

ថ្ងៃអង្គារ ៧កើត **ខែ**អស្សុជ **ឆ្នាំឆ្លូវ ត្រីស័ក ព.ស.២៥៦៥**

ធ្វើនៅរាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី ១២ **ខែ** តុលា **ឆ្នាំ២០២១**

នាយករដ្ឋមន្ត្រី

សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន

មាតិកា

១. សេចក្តីផ្តើម ១

២. ទស្សនវិស័យទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ២

២.១. ការវាយតម្លៃស្ថានភាព និងនិន្នាការទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ២

២.២. បញ្ហាប្រឈម ៣

២.៣. កត្តាកំណត់ភាពជោគជ័យនៃការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ៤

៣. វិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ៥

៣.១. ការលើកកម្ពស់ទំនុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់របស់ភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុង ៥

៣.២. ការជំរុញដំណើរការឡើងវិញរបស់អាជីវកម្ម-ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍តាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី .. ៧

៣.៣. ការបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុង ៩

៣.៤. ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍បម្រើឱ្យចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ១១

៣.៥. ការផ្សព្វផ្សាយ ការអប់រំ និងការបណ្តុះបណ្តាលការយល់ដឹងជាសាធារណៈ ១៣

៤. យន្តការអនុវត្ត ១៥

៤.១. យន្តការស្ថាប័ន ១៥

៤.២. ផែនការសកម្មភាព ១៦

៥. យន្តការតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ ១៦

៦. សន្និដ្ឋាន ១៧

ឧបសម្ព័ន្ធ.ផែនការសកម្មភាពនៃវិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង........ ១៨

១. សេចក្តីផ្តើម

ក្នុងបរិបទនៃការបន្តឆ្លងរាលដាលជំងឺកូវីដ-១៩, តាមការវាយតម្លៃរបស់អង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក (UNWTO) ការជំរុញទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងជាកាតាលីករប្រកបដោយសក្តានុពលមួយ នៅក្នុងការស្តារសង្គម-សេដ្ឋកិច្ចឡើងវិញ តាមរយៈការចូលរួមទ្រទ្រង់ដល់ដំណើរការអាជីវកម្មនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។ ជាការពិត កម្ពុជាក៏មិនខុសគ្នាពីបណ្តាប្រទេសដទៃលើសកលលោកដែរ វិស័យទេសចរណ៍ត្រូវពឹងលើទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ដើម្បីចូលរួមស្រោចស្រង់សេដ្ឋកិច្ច និងស្ថានភាពទេសចរណ៍ជារួមឡើងវិញ។

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាតែងតែផ្តល់ការយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ ក្នុងការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ដើម្បីជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ការត្រៀមបើកទទួលទេសចរណ៍អន្តរជាតិនៅតាមតំបន់ ឬគោលដៅទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព ដូចអ្វីដែលជាប្រសាសន៍ដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់របស់ **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រី** គូសបញ្ជាក់កាលពីពេលថ្មីៗនេះថា *"[..] ផ្តើមចេញពីការបើកសាលារៀនឡើងវិញ បន្ទាប់មកគឺវិស័យសេវាកម្ម ពិសេសវិស័យទេសចរណ៍ ដែលត្រូវធ្វើឡើងជា ២ជំហាន ដោយជំហានទី១ គឺបើកទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង និងជំហានទី២ គឺបើកទទួលទេសចរណ៍វ៉ាក់សាំង [..]"*។

ជាមួយកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងទាំងនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាសង្ឃឹមថាយើងនឹងអាចឈានទៅសម្រេចបានទិសដៅក្នុងការទទួលបានចំនួនភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុងប្រមាណ **១១ លាននាក់ នៅឆ្នាំ ២០២៣** ដូចដែលមានចែងក្នុង **"ផែនទីចង្អុលផ្លូវស្តីពីផែនការស្តារនិងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩"** ដែលជាឯកសារគោលដ៏មានសារៈសំខាន់ជាយុទ្ធសាស្ត្រ។ ផ្តើមចេញពីផែនទីចង្អុលផ្លូវនេះ បច្ចុប្បន្នកម្ពុជាកំពុងស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលទី១ ពោលគឺ ការកសាងភាពធន់ និងត្រៀមឆ្ពោះទៅដំណាក់កាលទី២ នៃការស្តារឡើងវិញវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិនៃជំងឺកូវីដ-១៩។ ក្នុងន័យនេះ **វិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង** ត្រូវបានរៀបចំសម្រាប់អនុវត្តចាប់ផ្តើមពីត្រីមាសទី៤ ឆ្នាំ ២០២១ រហូតដល់ឆ្នាំ ២០២៣ ក្រោមយុទ្ធនាការ **"ទស្សនាស្រុកយើង" (Visit Our Home)** ស្របតាមស្មារតី **"ស្រលាញ់ជាតិ ត្រូវស្គាល់ទឹកដី"**។

ជារួម ការរៀបចំវិធានការគោលនយោបាយសម្រាប់ជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងនេះ បានផ្តោតយ៉ាងសំខាន់ក្នុងកាថ្លឹងថ្លែង រវាងកម្រិតហានិភ័យនៃការឆ្លងក្នុងតំបន់ ដែលត្រូវអនុញ្ញាតឱ្យមានសកម្មភាពទេសចរណ៍ពេញលេញឡើងវិញ ព្រមទាំងសមត្ថភាពក្នុងការឆ្លើយតបទាន់ពេលវេលា និងផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចដែលទទួលបានសម្រាប់ប្រទេសជាតិ។ ក្នុងន័យនេះ អភិក្រមនៃការជំរុញទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងនេះ គឺ **(១).** ការដាក់ចេញនូវវិធានការគាំទ្រ ទាំងវិធានការរដ្ឋបាល និងមិនមែនរដ្ឋបាល, **(២).** ការកំណត់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ដោយគិតគូរពីសក្តានុពលនិងកម្រិតហានិភ័យ និង **(៣).** ការវាយតម្លៃហានិភ័យ និងកំណត់សូចនាករប្រៀបធៀប (Benchmark Indicators) ដែលអាចវាស់វែងបាន ឬងាយស្រួលក្នុងការពន្យល់។

២. ទស្សនវិស័យទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង

២.១. ការវាយតម្លៃស្ថានភាព និងនិន្នាការទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង

ក្នុងរយៈពេលមួយទសវត្សរ៍, ចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិកើនឡើងជិតទ្វេដង ពីត្រឹម ៧ លាននាក់ ក្នុងឆ្នាំ ២០០៩ រហូតដល់ ១១,៣ លាននាក់ ក្នុងឆ្នាំ ២០១៩។ យ៉ាងណាមិញ នៅក្នុងឆ្នាំ ២០២០ កម្ពុជាទទួលបានទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងប្រមាណ ៩ លាននាក់ ថយចុះ ២០% ធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៩ ដោយសារការផ្ទុះឡើងនូវវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩, ដែលជាអត្រាមួយពុំធ្លាប់មានពីមុនមកពោលគឺកម្ពុជាទទួលបានភ្ញៀវទេសចរជាតិត្រឹម ៧,២ លាននាក់ប៉ុណ្ណោះ ប្រហាក់ប្រហែលនឹងឆ្នាំ ២០០៩។ ក្នុងឆ្នាំ ២០២១, ការផ្ទុះឡើងនៃ **"ព្រឹត្តិការណ៍សហគមន៍ ២០ កុម្ភៈ ២០២១"** បន្តដាក់សម្ពាធលើវិស័យទេសចរណ៍យ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរ។ ជាក់ស្តែង សម្រាប់រយៈពេល ៨ (ប្រាំបី) ខែ ដើមឆ្នាំ ២០២១ កម្ពុជាទទួលបានទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងប្រមាណ **២,៤២ លាននាក់** ដែលក្នុងនោះភ្ញៀវទេសចរជាតិមានចំនួនប្រមាណជាជាង **២,២៦ លាននាក់** និងភ្ញៀវទេសចរបរទេសផ្ទៃក្នុង មានចំនួនប្រមាណ **១៦ ម៉ឺននាក់** ដោយចំនួនទាំងនេះបានថយចុះប្រមាណជា **៥១% និង៩០%** រៀងគ្នា ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នានៅក្នុងឆ្នាំ ២០២០។

មុនពេលមានវិបត្តិនៃជំងឺកូវីដ-១៩, ភ្ញៀវទេសចរជាតិមានទំនោរធ្វើដំណើរកម្សាន្តតាមរដូវកាលជាពិសេសក្នុងអំឡុងត្រីមាសទី ២ (ក្នុងខែ មេសា) ដែលមានថ្ងៃឈប់សម្រាកច្រើន និងមានភាពស្ងប់ស្ងាត់ក្នុងត្រីមាសទី ៣។ ដោយឡែក ក្នុងឆ្នាំ ២០២០, ចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិចាប់ផ្តើមថមថយពីខែ កុម្ភៈ ដល់ខែ មេសា ក្នុងរង្វង់ -៦១% ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នា ក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ ដោយសារភាពភ័យរអាក្នុងការធ្វើដំណើរ ស្របពេលដែលករណីវិជ្ជមានកូវីដ-១៩ ត្រូវបានរកឃើញជាបន្តបន្ទាប់ ទន្ទឹមនឹងការសម្រេចរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងការលុបចោលថ្ងៃឈប់សម្រាកពិធីបុណ្យចូលឆ្នាំខ្មែរ។ យ៉ាងណាមិញ, តួលេខនៃភ្ញៀវទេសចរជាតិចាប់ផ្តើមងើបឡើងវិញសន្សឹមៗពីខែ ឧសភា ដល់ខែ តុលា ដែលមានចំនួនភ្ញៀវសរុបប្រហាក់ប្រហែលនឹងឆ្នាំ ២០១៩ ដែរ (ប្រមាណ ៣ លាននាក់) ដោយសារការសម្របខ្លួនតាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី មុននឹងថមថយមកវិញក្នុងខែ វិច្ឆិកា ដោយសារ **"ព្រឹត្តិការណ៍ ៣ វិច្ឆិកា"** និង **"ព្រឹត្តិការណ៍សហគមន៍ ២៨ វិច្ឆិកា"** ដែលជាការឆ្លងរាលដាលក្នុងសហគមន៍ដំបូង។

គួរបញ្ជាក់ផងដែរ, ព្រឹត្តិការណ៍ទាំងពីរនេះត្រូវបានបិទបញ្ចប់ក្នុងអំឡុងចុងខែវិច្ឆិកា និងខែធ្នូ រៀងគ្នា ក្នុងឆ្នាំ ២០២០ ដែលជាបច្ច័យវិជ្ជមានសម្រាប់ការងើបឡើងវិញនៃទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង។ តួយ៉ាង ចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិបន្តងើបឡើងក្នុងអំឡុងពេល ២ (ពីរ) ខែ ដើមឆ្នាំ ២០២១, មុននឹងថយចុះយ៉ាងគំហុកក្នុងខែ មីនា និងខែ មេសា ក្នុងអត្រា -៦៦% ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នា ក្នុងឆ្នាំ ២០២០, ដោយសារ **"ព្រឹត្តិការណ៍សហគមន៍ ២០ កុម្ភៈ ២០២១"** ដែលតម្រូវឱ្យមានការដាក់ចេញនូវវិធានការបិទខ្ទប់ និងការបិទរមណីយដ្ឋានទូទាំងប្រទេសក្នុងខែ មេសា។ ទោះជាយ៉ាងនេះក្តី ចាប់ពីខែ ឧសភា ដល់ខែ

កក្កដា ឆ្នាំ ២០២១, ចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិមានការកើនឡើងវិញ ស្របពេលវិធានការរឹតត្បិតមានសភាពធូរស្រាល ហើយការបិទរមណីយដ្ឋានត្រូវបានបញ្ចប់។ ប៉ុន្តែ, ចំនួនភ្ញៀវទេសចរដែលទទួលបានមានប្រមាណត្រឹម ១/៣ នៃចំនួនភ្ញៀវទេសចរកាលពីឆ្នាំ ២០២០ ប៉ុណ្ណោះ ក្នុងរយៈពេលដូចគ្នា (២៩,៣ ម៉ឺននាក់ ឆ្នាំ ២០២១ ធៀបនឹង ៩២,៩ ម៉ឺននាក់ឆ្នាំ ២០២០)។

ដោយឡែក, គោលដៅទេសចរណ៍ក៏មាននិន្នាការផ្លាស់ប្តូរពីតំបន់សៀមរាប ទៅតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រ និងអេកូទេសចរណ៍ ដែលកំពុងទទួលបានការពេញនិយមខ្ពស់។ ជាក់ស្តែង, ចំណែកនៃចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិដែលធ្វើដំណើរទៅកាន់តំបន់សមុទ្រ និងអេកូទេសចរណ៍ បានកើនឡើងដល់ ៣៩,៨% និង ៨,១% ក្នុងឆ្នាំ ២០២០ ធៀបនឹងអត្រា ២៨,១% និង៥,៨% រៀងគ្នា ក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ ខណៈដែលចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិដែលធ្វើដំណើរទៅកាន់តំបន់សៀមរាបមានចំណែកថមថយមកត្រឹម ១៣,៧% សម្រាប់ឆ្នាំ ២០២០ ធៀបនឹង ២០,៦% ក្នុងឆ្នាំ ២០១៩។

ជារួម ទោះបីជាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងមានការថយចុះ ដោយសារការបន្តអូសបន្លាយនៃការឆ្លងរាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ នៅក្នុងសហគមន៍ និងការលេចឡើងនៃមេរោគបំប្លែងថ្មី ក៏ដោយ ក៏នៅតែបន្តមានចលនា តាមរយៈការចល័តរបស់ភ្ញៀវទេសចរនៅក្នុងផ្ទៃប្រទេស ដែលតែងមានសន្ទុះងើបឡើងវិញ នៅរៀងរាល់ពេលដែលសភាពការណ៍នៃការឆ្លងរាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ មានភាពថមថយ និងស្ងប់ស្ងាត់ជាពិសេស នៅតាមតំបន់គោលដៅនៃរាជធានី-ខេត្ត ដែលមានអត្រានៃការចម្លងមានកម្រិតទាប ឬការឆ្លងក្នុងប្រទេសមានលក្ខណៈជាចង្កោមតាមតំបន់មួយចំនួនដាច់ៗពីគ្នា។

២.២. បញ្ហាប្រឈម

តាមការពិគ្រោះយោបល់ជាមួយវិស័យឯកជន, កត្តាចម្បងនៃការធ្លាក់ចុះនៃតម្រូវការ គឺការបាត់បង់ទំនុកចិត្តក្នុងការធ្វើដំណើរ ដោយសារការឆ្លងចូលសហគមន៍ និងការលេចឡើងនៃមេរោគបំប្លែងថ្មី ខណៈដែលកត្តាបន្ទាប់បន្សំមានដូចជា ការធ្លាក់ចុះចំណូល និងកង្វះព័ត៌មានទាក់ទងនឹងគោលដៅទេសចរណ៍ ជាពិសេសទីកន្លែងស្នាក់នៅ និងភោជនីយដ្ឋាន។ ក្នុងន័យនេះ ដើម្បីធានាថាសកម្មភាពទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកអាចមានដំណើរការឡើងវិញបាន, ប្រការសំខាន់បំផុត គឺការបង្កើនទំនុកចិត្តរបស់សាធារណជន ក្នុងការសម្រេចចិត្តធ្វើដំណើរកម្សាន្ត។ បន្ថែមលើនេះ, ភាពងាយស្រួលក្នុងការធ្វើដំណើរ ឬរៀបចំសកម្មភាពកម្សាន្តផ្សេងទៀត ក៏ជាកត្តាចាំបាច់ ដើម្បីជំរុញសកម្មភាពទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ផងដែរ។

ដោយឡែក ការត្រៀមខ្លួនរួចជាស្រេច (Readiness) នៃអាជីវកម្ម-ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍នានា ក៏ជាកត្តាគន្លឹះមួយទៀត ដើម្បីគាស់ឱ្យសកម្មភាពទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកមានដំណើរការឡើងវិញ។ បន្ថែមពីលើនេះ ការដាក់ចេញ និងការអនុវត្តវិធានការនានា រួមមានវិធានការរដ្ឋបាល និងមិនមែនរដ្ឋបាល ដើម្បីទ្រទ្រង់ដំណើរការអាជីវកម្មទេសចរណ៍ក្នុងបរិបទនៃការបន្តឆ្លងជំងឺកូវីដ-១៩ និងដើម្បីសម្រួលដល់ការសម្របខ្លួនទៅនឹងប្រក្រតីភាពថ្មី បានចូលរួមចំណែកដល់ការលើកកម្ពស់ការបង្កើតភាពរស់រវើកឡើងវិញ

នៃប្រភេទអាជីវកម្មទេសចរណ៍ និងបង្កើនភាពទុកចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងការធ្វើដំណើរកម្សាន្ត នៅតាមបណ្តារមណីយដ្ឋាននានានៃរាជធានី-ខេត្ត។

២.៣. កត្តាកំណត់ភាពជោគជ័យនៃការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង

ក្នុងបរិការណ៍នេះ មុននឹងឈានដល់ការរៀបចំ និងដាក់ចេញវិធានការគោលនយោបាយសម្រាប់ការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង រាជរដ្ឋាភិបាលបានធ្វើការវាយតម្លៃលើកត្តាសំខាន់ៗមួយចំនួន ដែលយើងត្រូវបន្តយកចិត្តទុកដាក់ និងលើកកម្ពស់ ដើម្បីផ្តល់លក្ខណៈអំណោយផល និងកំណត់ភាពជោគជ័យក្នុងការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងរបស់កម្ពុជា រួមមាន÷

ទី១)- ល្បឿននៃការចាក់វ៉ាក់សាំងបង្ការជំងឺកូវីដ-១៩÷ គិតចាប់ពីថ្ងៃទី ១០ ខែ កុម្ភៈ ដល់ថ្ងៃទី ៨ ខែ តុលា ឆ្នាំ ២០២១ ការចាក់វ៉ាក់សាំងបង្ការជំងឺកូវីដ-១៩ ជូនប្រជាជននៅទូទាំងប្រទេសបាន **៩៩,១៦%** **ធៀបជាមួយចំនួនប្រជាជនគោលដៅ ១០លាននាក់** និងលើកុមារ-យុវវ័យអាយុពី ១២ឆ្នាំ ទៅក្រោម ១៨ឆ្នាំ មាន **៨៩,៧២% ធៀបជាមួយចំនួនប្រជាជនគោលដៅប្រមាណ ២លាននាក់**។ ការសម្រេចបានយុទ្ធនាការចាក់វ៉ាក់សាំងបង្ការជំងឺកូវីដ-១៩ក្នុងល្បឿនដ៏លឿន ឆ្ពោះទៅរកភាពស៊ាំសហគមន៍នេះ បានលើកកម្ពស់ទំនុកចិត្ត និងជំរុញឱ្យប្រជាជនដែលជាភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុង មានទំនោរធ្វើដំណើរកម្សាន្តឡើងវិញ នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នៅតាមបណ្តារាជធានី-ខេត្តនានា។

ទី២)- ស្ថានភាពនៃការគ្រប់គ្រងជំងឺកូវីដ-១៩÷ ការឆ្លងរាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ នៅកម្ពុជាអាចវាយតម្លៃបានថាស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងបានល្អប្រសើរ ដោយអាត្រាការឆ្លង និងអាត្រាស្លាប់ស្ថិតនៅកម្រិតមួយត្រឹង ទោះបីជាមានការឆ្លងនូវមេរោគបំប្លែងថ្មី ក៏ដោយ។ លទ្ធផលប្រកបដោយសុទិដ្ឋិនិយមនេះ កើតចេញពីការអនុវត្តប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនូវយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រង និងឆ្លើយតបវិបត្តិនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ទាំងការបង្ការ ការគ្រប់គ្រង និងការកាត់បន្ថយការឆ្លងរាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ តាមរយៈការដាក់ចេញនូវវិធានការត្រឹមត្រូវ និងទាន់ពេល រួមមាន យុទ្ធនាការចាក់វ៉ាក់សាំងបង្ការជំងឺកូវីដ-១៩ ទាំងដូសមូលដ្ឋាន និងដូសជំរុញ, ការពង្រឹងសមត្ថភាពធ្វើតេស្ត ពិសេស ការប្រើប្រាស់តេស្តរហ័សរកអង់ទីហ្សែនកូវីដ-១៩, ការពង្រឹងសមត្ថភាពឆ្លើយតប និងការព្យាបាលជំងឺកូវីដ-១៩, ការអនុវត្តយ៉ាងម៉ឺងម៉ាត់ខ្ជាប់ខ្ជួននូវវិធានការសុខាភិបាល, វិធានការច្បាប់, វិធានការរដ្ឋបាល, ការផ្សព្វផ្សាយ ការអប់រំ និងបញ្ជ្រាបការយល់ដឹងជាសាធារណៈ ព្រមទាំងការចូលរួមរបស់សាធារណជនគ្រប់ស្រទាប់ជាន់ថ្នាក់។

ទី៣)- ការត្រៀមខ្លួនរបស់អាជីវកម្មទេសចរណ៍តាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី (New Normal)÷ ការផ្តោតយកចិត្តទុកដាក់របស់រាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងខ្សែច្រវាក់ផលិតកម្មនៃវិស័យទេសចរណ៍ ពីដើមខ្សែដល់ចុងខ្សែ រួមមាន ការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ, មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ, សម្បទាទេសចរណ៍, ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍, ការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍, និងការអនុវត្តតាមនីតិវិធីប្រតិបត្តិ

ស្តង់ដា (SOP) រហូតដល់ការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ ស្របតាមបរិបទថ្មីនៃតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់របស់ទីផ្សារទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង។

ទី៤)-កត្តាចិត្តសាស្ត្រ÷ ក្នុងបរិការណ៍នេះ ការសម្រេចចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុងចំពោះការជ្រើសរើសគោលដៅទេសចរណ៍ និងការធ្វើដំណើរកម្សាន្ត មានទំនោរគិតគូរខ្ពស់លើភាពស្អាត, អនាម័យ និងសុវត្ថិភាព ដែលនេះជាកត្តាសត្យានុម័ត យ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជំរុញសកម្មភាពទេសចរណ៍។ ជារួម ការកសាងទំនុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់ (Trust & Confidence) ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការលើកស្ទួយ និងជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង។ ដូច្នេះ រាជរដ្ឋាភិបាលបានរៀបចំវិធានការគោលនយោបាយប្រកបដោយស្មារតីបុរេសកម្ម និងប្រុងប្រយ័ត្នខ្ពស់ ដល់ការជំរុញទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ជាពិសេស ដើម្បីដាក់ចេញនូវយុទ្ធនាការ **"ទស្សនាស្រុកយើង"** ក្រោមស្មារតី **"ស្រលាញ់ជាតិ ត្រូវស្គាល់ទឹកដី"**។

៣. វិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង

ដើម្បីធានាឱ្យបាននូវភាពជោគជ័យក្នុងការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង រាជរដ្ឋាភិបាលបានគិតគូររៀបចំដាក់ចេញវិធានការសំខាន់ៗ ដែលរួមមានទាំង វិធានការរដ្ឋបាល, វិធានការសុខាភិបាល, វិធានការពន្ធ និងវិធានការមិនមែនពន្ធ សំដៅសម្រេចឱ្យបាននូវគោលដៅសំខាន់ៗ **ចំនួន ៥** រួមមាន÷ **ទី១)**-ការលើកកម្ពស់ទំនុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់របស់ភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុង, **ទី២)**-ការជំរុញដំណើរការឡើងវិញរបស់អាជីវកម្ម-ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍តាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី, **ទី៣)**-ការបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុង, **ទី៤)**-ការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍បម្រើឱ្យចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង និង **ទី៥)**-ការផ្សព្វផ្សាយ ការអប់រំ និងបញ្ជ្រាបការយល់ដឹងជាសាធារណៈ។

៣.១. ការលើកកម្ពស់ទំនុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់របស់ភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុង

ដោយសារហានិភ័យនៃការឆ្លងរាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ នៅបន្តមាន, ការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងនឹងមិនអាចសម្រេចជោគជ័យបានទេ ប្រសិនបើភ្ញៀវទេសចរនៅមិនទាន់មានទំនុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់គ្រប់គ្រាន់។ អាស្រ័យហេតុនេះ, រាជរដ្ឋាភិបាលបានរៀបចំ និងដាក់ចេញនូវវិធានការមួយចំនួន តាមរយៈការរៀបចំផែនការគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកដែលមានសុវត្ថិភាពនៅតាមបណ្តារាជធានី-ខេត្ត ដូចខាងក្រោម÷

- **(១). គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត** ត្រូវវាយតម្លៃគោលដៅទេសចរណ៍សុវត្ថិភាពនៅក្នុងដែនសមត្ថកិច្ចរបស់ខ្លួន(កម្រិតឃុំ-សង្កាត់ ឬក្រុង-ស្រុក-ខណ្ឌ ឬតាមគោលដៅទេសចរណ៍ទីមួយៗ) ដើម្បីជំរុញសកម្មភាពទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ដោយធ្វើការវាយតម្លៃផ្អែកលើសូចនាករសមិទ្ធកម្មចំនួន ៤ នៅតាមបណ្តារាជធានី-ខេត្តនៃដែនសមត្ថកិច្ចរបស់ខ្លួន÷ **ទី១)**-អត្រានៃការចាក់វ៉ាក់សាំងសំដៅបង្កើតភាពស៊ាំសហគមន៍, **ទី២)**-អត្រាអ្នកជំងឺកូវីដ-១៩ កម្រិតមធ្យម និង

កម្រិតធ្ងន់ និងអត្រាស្លាប់នៃអ្នកជំងឺកូវីដ-១៩, **ទី៣)**-សមត្ថភាពនៃការឆ្លើយតប និងព្យាបាល និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យដែលអាចកើតមានពីមេរោគបំប្លែងថ្មី និង **ទី៤)**-ការត្រៀមខ្លួនរបស់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ជាអាទិ៍ ការអនុវត្តវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍នៅតាមមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ និងការទទួលបានការចាក់វ៉ាក់សាំងគ្រប់ដូសសម្រាប់បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ទាំងអស់។ ផ្អែកលើវិធីសាស្ត្រនៃការវាយតម្លៃនេះ តំបន់ឬគោលដៅទេសចរណ៍សុវត្ថិភាពសម្រាប់សកម្មភាពទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង នឹងត្រូវកំណត់ជា **៣ ប្រភេទ** រួមមាន ពណ៌បៃតង, ពណ៌លឿង និង ពណ៌ក្រហម។ ជារួម តំបន់ ឬគោលដៅទេសចរណ៍ដែលមានពណ៌បៃតង ជាតំបន់ ឬគោលដៅទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព, តំបន់ ឬគោលដៅទេសចរណ៍ពណ៌លឿង ជាកន្លែងដែលមានហានិភ័យទាប, និងតំបន់ ឬគោលដៅទេសចរណ៍ពណ៌ក្រហម ជាកន្លែងដែលមានហានិភ័យខ្ពស់។ គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្តត្រូវអនុវត្ត **យន្តការបើក-បិទគោលដៅ (Switch On-Off Mechanism)** ដោយអនុញ្ញាតឱ្យបើកទទួលទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងតែនៅក្នុងតំបន់ ឬគោលដៅទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកពណ៌បៃតង និងលឿងប៉ុណ្ណោះ។

(២). ត្រូវរៀបចំ **"ពិធីសារសុវត្ថិភាពសម្រាប់ចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង"** ដែលមានវិសាលភាពគ្របដណ្តប់លើរាល់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងភ្ញៀវទេសចរ ដើម្បីគ្រប់គ្រងសកម្មភាពទេសចរណ៍នៅក្នុង **តំបន់ ឬគោលដៅទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកបៃតង និងលឿង** ដោយមានការរៀបចំសៀវភៅណែនាំ ឬផ្លាកសញ្ញាដែលងាយយល់ និងងាយចងចាំ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុង អំពី **"ប្រការគួរធ្វើ និងមិនគួរធ្វើ" (Do & Don't)** នៅតាមតំបន់ ឬគោលដៅទេសចរណ៍សុវត្ថិភាព ព្រមទាំងផ្ទាំងរូបភាពណែនាំ ដែលមានច្រើនភាសា និងរៀបចំជា QR Code ដើម្បីឱ្យភ្ញៀវទេសចរអាចស្កេន និងទទួលបាននូវការណែនាំទាំងនោះក្នុងទូរស័ព្ទដៃរបស់ខ្លួន។

(៣). ត្រូវពង្រឹងការតាមដានត្រួតពិនិត្យការអនុវត្តនីតិវិធីប្រតិបត្តិស្តង់ដា (SOP), វិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ (មានឡាបិល "*Label*" បញ្ជាក់) និងវិធានការណែនាំនានា ដែលដាក់ចេញដោយក្រសួងទេសចរណ៍ និងក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ សម្រាប់ការធ្វើដំណើរនិងការដឹកជញ្ជូន និងនៅតាមមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍, វប្បធម៌ និងសិល្បៈ, វត្តអារាម និងទីតាំងសាសនា, និង ទីតាំងដទៃទៀតដែលមានឧបនិស្ស័យទាក់ទាញទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង។

(៤). ត្រូវរៀបចំ **"ផែនទីឌីជីថល"** សម្រាប់តំបន់ ឬគោលដៅទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងសុវត្ថិភាព ដើម្បីឱ្យភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុងងាយស្រួលពិនិត្យ និងស្វែករកគោលដៅធ្វើដំណើរ។

(៥). អាជ្ញាធរមូលដ្ឋានត្រូវ÷ **ទី១)**-ពង្រឹងការអនុវត្ត និងលើកកម្ពស់អនុលោមភាពតាមវិធានការសុខាភិបាល, វិធានការរដ្ឋបាល, វិធានការច្បាប់, ការផ្សព្វផ្សាយ និងការអប់រំពាក់ព័ន្ធ, **ទី២)**-លើកកម្ពស់ និងពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្ម និង **ទី៣)**-លើកកម្ពស់ និងពង្រឹងអនាម័យសាធារណៈ

ដូចជា ការរៀបចំទីតាំងលាងដៃ, បង្គន់អនាម័យសមស្រប និងមានការវាស់កម្ដៅ និងសម្អាតទីតាំងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ជាប្រចាំ។

(៦). តម្រូវឱ្យបុគ្គលិក, អាជីវករ និងអ្នកផ្តល់សេវាកម្មទេសចរណ៍ទាំងអស់ចាក់វ៉ាក់សាំងឱ្យបានគ្រប់គ្នាមុននឹងអាចចាប់ផ្តើមប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន និងទិញស្តុកឧបករណ៍ធ្វើតេស្តរហ័សរកអង់ទីហ្សែនកូវីដ-១៩សម្រាប់ធ្វើតេស្តបុគ្គលិក ម្តង ក្នុង ១ (មួយ) ខែ ព្រមទាំងបញ្ចូលទិន្នន័យបុគ្គលិកដែលបានចាក់វ៉ាក់សាំងទៅក្នុង**ប្រព័ន្ធ Telegram BOT**។ ទន្ទឹមនេះ ត្រូវរៀបចំបង្កើត **ឡាបិល-Label "VACCINATED" នៅតាមមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ទាំងអស់** ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយ និងបញ្ជាក់ថាបុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងនោះបានទទួលការចាក់វ៉ាក់សាំងបង្ការជំងឺកូវីដ-១៩រួចរាល់ ឬ បុគ្គលិកបម្រើការទាំងអស់ត្រូវពាក់ប័ណ្ណចាក់វ៉ាក់សាំងបង្ការជំងឺកូវីដ-១៩ នៅពេលបំពេញការងារ។ ចំពោះភ្ញៀវទេសចរ ត្រូវបង្ហាញប័ណ្ណចាក់វ៉ាក់សាំងបង្ការជំងឺកូវីដ-១៩ ជាកាតព្វកិច្ច នៅពេលចូលមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ទាំងអស់។

៣.២. ការជំរុញដំណើរការឡើងវិញរបស់អាជីវកម្ម-ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍តាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី

អាជីវកម្ម-ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ជាតួអង្គយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជំរុញឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ទាំងមូលងើបឡើងវិញជាបណ្តើរៗ។ ហានិភ័យនៃការផ្ទុះជំងឺកូវីដ-១៩ នៅតែបន្តជាកត្តាអវិជ្ជមានចំពោះផ្នែកអាជីវកម្ម និងផ្នែកសុខុមាលភាព ដែលអាចរារាំងឱ្យអាជីវកម្ម-ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍មួយចំនួនធំត្រូវបង្ខំចិត្តដកថយពីការចូលរួមក្នុងទីផ្សារទេសចរណ៍ឡើងវិញ។ ដូច្នេះ រាជរដ្ឋាភិបាលនឹងដាក់ចេញនូវវិធានការចាំបាច់ ដើម្បីជំរុញដំណើរការឡើងវិញរបស់អាជីវកម្ម-ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ប្រកបដោយសុវត្ថិភាពតាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី ដូចខាងក្រោម៖

(៧). ដើម្បីជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងប្រកបដោយភាពជឿជាក់និងកក់ក្តៅ ត្រូវមានយន្តការតាមដាននិងវាយតម្លៃនូវរាល់ការអនុវត្ត, ការសម្របខ្លួន និងការកែប្រែគំរូអាជីវកម្ម-ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ឱ្យស្របតាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មីរបស់អាជីវកម្ម-ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ដោយត្រូវអនុវត្តតាមវិធានសុវត្ថិភាពទេសចរណ៍ដែលមានជាធរមាន ជាពិសេសនីតិវិធីប្រតិបត្តិស្តង់ដា (SOP) តាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី សម្រាប់មូលដ្ឋានអាជីវកម្ម និងគោលដៅទេសចរណ៍ឱ្យបានតឹងរ៉ឹង ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ និងយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់បំផុត ព្រមទាំងមានការធ្វើអធិការកិច្ចជាប្រចាំ ដោយមានសមាសភាពចូលរួមពីរដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនានា។ ជាពិសេស កំណត់ចំនួនមនុស្សដែលអាចប្រមូលផ្តុំបាន សម្រាប់សកម្មភាពទេសចរណ៍នានា ទៅតាមប្រភេទសកម្មភាព, ទីតាំង និងស្ថានភាពនៃការឆ្លង ដូចជាការកំណត់ឱ្យភោជនីយដ្ឋាន, សណ្ឋាគារ និងរមណីយដ្ឋាន អាចទទួលអតិថិជននៅក្នុងកម្រិតអតិបរមាណាមួយ ជាដើម។

(៨). សម្រួលលក្ខខណ្ឌអំណោយផលមួយចំនួន សម្រាប់ជំរុញដំណើរការឡើងវិញរបស់អាជីវកម្ម-ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ក្នុងនោះ÷ **ទី១)-**អនុញ្ញាតឱ្យរដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិកំណត់អំពីការគ្រប់គ្រងការប្រើប្រាស់គ្រឿងស្រវឹងនៅតាមមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ ដោយក្រសួងទេសចរណ៍ត្រូវរៀបចំការណែនាំ នៅក្នុងបរិបទនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ និង **ទី២)-** ការគ្រប់គ្រងដំណើរការមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ ត្រូវស្របតាមស្មារតីនៃ**ផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររស់នៅតាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី**។

(៩). បន្តអនុវត្តការគាំទ្រហិរញ្ញប្បទានលើកទឹកចិត្ត និងសិក្សារៀបចំវិធានការទ្រទ្រង់ថ្មីៗ ជាពិសេសសម្រាប់តំបន់ប៉ូលទេសចរណ៍ ឬគោលដៅទេសចរណ៍ ដែលអនុញ្ញាតឱ្យមានសកម្មភាពពេញ-លេញឡើងវិញ តាមរយៈ÷ **ទី១)-**បន្តលើកលែងការបង់ពន្ធប្រចាំខែគ្រប់ប្រភេទ ចំពោះសណ្ឋាគារ ផ្ទះសំណាក់ ភោជនីយដ្ឋាន និងក្រុមហ៊ុនភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ដែលបានចុះបញ្ជីជាមួយអគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារ និងមានសកម្មភាពអាជីវកម្ម នៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប ខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តកែប ខេត្តកំពត ក្រុងបាវិត និងក្រុងប៉ោយប៉ែត សម្រាប់រយៈពេល **៦ខែបន្ថែមទៀត ពីខែមករា ដល់ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២។** អាជីវកម្មទាំងនេះ នៅតែមានកាតព្វកិច្ចដាក់លិខិតប្រកាសពន្ធអាករ និងប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធអនឡាញ សម្រាប់គ្រប់គ្រងអាករលើតម្លៃបន្ថែម (E-VAT) ជារៀងរាល់ខែ ក្នុងអំឡុងពេលនៃការលើកលែងនេះ, **ទី២)-**បន្តលើកលែងការបង់ពន្ធអប្បបរមា (Minimum Tax) សម្រាប់រយៈពេល **០៦ ខែបន្ថែមទៀត ពីខែមករា ដល់ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០២២** ជូនដល់ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ ដែលបានចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជា, **ទី៣)-**បន្តផ្តល់ការអនុគ្រោះចំពោះការបង់ប្រាក់ពិន័យលើកម្រៃអាកាសចរស៊ីវិល ដោយពន្យារពេល **០៦ ខែបន្ថែមទៀត ពីខែមករា ដល់ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២**, **ទី៤)-**ពង្រីកគម្រោងសាច់ប្រាក់ពលកម្ម សម្រាប់ការសាងសង់នូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតូចៗ បម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ និង **ទី៥)-**អគ្គលេខាធិការដ្ឋាននៃគណៈកម្មាធិការគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ ត្រូវសម្របសម្រួលជាមួយសមាគមធនាគារ និងតួអង្គដែលមានការពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីរៀបចំគម្រោងសហហិរញ្ញប្បទាន (Co-Financing Scheme)។

(១០). រៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលពង្រឹងសមត្ថភាពជំនាញទេសចរណ៍ ជាពិសេសវគ្គបណ្តុះបណ្តាលអក្ខរកម្មឌីជីថល (Digital Literacy) ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងជំនាញឌីជីថលកម្រិតមូលដ្ឋាន ឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការតាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី និងបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម ៤.០ ជាអាទិ៍ជំនាញធ្វើយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ឬតាមបណ្តាញសង្គម ជាដើម ដោយប្រើប្រាស់កញ្ចប់ថវិការបស់ **"មូលនិធិអភិវឌ្ឍន៍ជំនាញ"** (Skill Development Fund-SDF) និងសិក្សាលទ្ធភាពបើកសាលាបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ឱ្យដំណើរការឡើងវិញ។

(១១). ជំរុញឱ្យមានការទទួលយក និងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានឱ្យបានទូលំទូលាយ ជាពិសេសសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយ, ការកក់កញ្ចប់ទេសចរណ៍, ការផ្ដល់មតិយោបល់ត្រលប់ (Feedback) លើសេវាទេសចរណ៍ ក៏ដូចជាការបង្កើតឱ្យមានជម្រើសទូទាត់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក នៅគ្រប់ទីកន្លែង និងតំបន់ទេសចរណ៍នានា តាមរយៈការប្រើប្រាស់ QR Code និង/ឬ ការផ្ទេរប្រាក់តាមប្រព័ន្ធធនាគារជាដើម។ ជាមួយគ្នានេះផងដែរ លើកទឹកចិត្តម្ចាស់អាជីវកម្មទេសចរណ៍នានា ឱ្យមានភាពបត់បែនខ្ពស់ក្នុងការរៀបចំកក់សំបុត្រ និងរៀបចំកម្មវិធីទេសចរណ៍ជូនអតិថិជន ដើម្បីបង្កភាពងាយស្រួលជាងមុនក្នុងការផ្លាស់ប្ដូរពេលវេលាកក់ និងការបញ្ឈប់ការកក់ ។ល។ និង ។ល។

(១២). ធ្វើទំនើបនីយកម្មមធ្យោបាយផ្ដល់ព័ត៌មានទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ក្នុងបរិបទនៃបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម ៤.០ ពិសេសទំនើបនីយកម្មមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍នៅតាមរាជធានី-ខេត្ត តាមរយៈគម្រោងវិនិយោគសាធារណៈ។

៣.៣. ការបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុង

ការឆ្លងរាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ បានបណ្ដាលឱ្យប្រតិបត្តិការមួយចំនួនក្នុងសកម្មភាពទេសចរណ៍ និងសកម្មភាពផ្សេងៗទៀត មានការកែប្រែ ព្រមទាំងបាន និងកំពុងបង្កការលំបាក និងជាកត្តារាំងស្ទះដល់ចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង។ ដើម្បីកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ទាំងនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញនូវវិធានការមួយចំនួន ដើម្បីបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងភ្ញៀវទេសចរបរទេសដែលមានបំណងធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ដូចខាងក្រោម÷

៣.៣.១. ការបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរជាតិធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង

(១៣). សិក្សាបង្កើតប័ណ្ណបញ្ចុះតម្លៃថ្នាក់ជាតិ ផ្សារភ្ជាប់ជាមួយប័ណ្ណចាក់វ៉ាក់សាំងបង្ការជំងឺកូវីដ-១៩ របស់ប្រជាពលរដ្ឋ និងមន្ត្រីរាជការ ក្រោមពាក្យស្លោក **"ខ្ញុំបានចាក់វ៉ាក់សាំង ខ្ញុំទទួលបានការបញ្ចុះតម្លៃ"** ដែលអនុវត្តចំពោះភ្ញៀវទេសចរដែលបានចាក់វ៉ាក់សាំង នឹងទទួលបានការបញ្ចុះតម្លៃ ឬការលើកទឹកចិត្តដល់ការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ដូចជា សេវាកម្មស្នាក់នៅ, សំបុត្រចូលរមណីយដ្ឋាន, ភោជនីយដ្ឋាន ជាដើម ដោយជំរុញឱ្យមានការចូលរួមពីវិស័យឯកជនឈរលើគោលការណ៍ស្ម័គ្រចិត្តឱ្យបានទូលំទូលាយ។

(១៤). ជំរុញការរៀបចំ**កញ្ចប់ទេសចរណ៍បែប "Staycation"** នៅតាមសណ្ឋាគារលំដាប់ផ្កាយ៤ ឬផ្កាយ៥ ឬរីស៊ត (Resort) សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរលក្ខណៈគ្រួសារ ដែលរួមមានសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនដល់ផ្ទះ (Pick up), ការរៀបចំបន្ទប់ Suite, ការបញ្ចុះតម្លៃទៅលើអាហារ និងភេសជ្ជៈ ផ្សារភ្ជាប់ជាមួយការផ្ដល់ជូនសេវាកម្មផ្សេងៗទៀត ប្រកបដោយគុណភាព និងថ្លៃសមរម្យ។

(១៥). រៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចសម្រាប់សិស្ស-និស្សិត, សាស្ត្រាចារ្យ, មន្ត្រីរាជការ និងកម្មករ-កម្មការនីមកកាន់រាជធានីភ្នំពេញ *(កីឡដ្ឋានមរតកតេជោ, វិមានឈ្នះ-ឈ្នះ...)*, ខេត្តព្រះសីហនុ *(ផ្សារភ្ជាប់នឹងការកសាងផ្លូវ ៣៤ខ្សែ)*, ខេត្តសៀមរាប-អង្គរ *(ផ្សារភ្ជាប់នឹងការកសាងផ្លូវ ៣៨ខ្សែ)*, ក្នុងឧទ្យានជាតិ, កម្មវិធីទេសចរណ៍រថភ្លើង, កម្មវិធីទេសចរណ៍ជុំវិញបឹងទន្លេសាប និងកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗផ្សេងទៀត ដោយបង្កើត**បណ្ណដំណើរកម្សាន្តផ្ទៃក្នុង (Domestic Holiday Voucher)** ដែលមានការបញ្ចុះតម្លៃ ជាមួយកិច្ចសហការពីវិស័យឯកជន ដើម្បីលើកទឹកចិត្តប្រជាពលរដ្ឋឱ្យធ្វើដំណើរកម្សាន្តនៅក្នុងប្រទេស។

(១៦). បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ប្រភេទទេសចរណ៍ដោយការបើកបរដោយខ្លួនឯង (Drive Tourism)[1] តាមរយៈ÷ **ទី១)-**ការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវតភ្ជាប់ទៅកាន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ដែលមានប្រជាប្រិយភាពនៅតាមរាជធានី-ខេត្ត និងត្រូវប្រើប្រាស់យន្តការភាពជាដៃគូរដ្ឋ-ឯកជនក្នុងការវិនិយោគរៀបចំស្ថានីយចំណតតាមដងផ្លូវ (Road Station) នៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាព, **ទី២)-**កាត់បន្ថយការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មស្រាបៀរពីតាមដងផ្លូវសំខាន់ៗនៅតំបន់ទេសចរណ៍ និងជិន្ទូសមកវិញនូវរូបភាពស្អាតៗនៃតំបន់ទេសចរណ៍, **ទី៣)-**បំពាក់ស្លាកសញ្ញាបង្ហាញផ្លូវ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ, **ទី៤)-**បន្តពង្រឹងសុវត្ថិភាពចរាចរណ៍ តាមរយៈការត្រួតពិនិត្យបច្ចេកទេស គោរពតាមស្តង់ដាដឹកជញ្ជូន និងផ្លូវថ្នល់មានស្តង់ដាសុវត្ថិភាព, **ទី៥)-**ពង្រឹងផែនការគ្រប់គ្រងចរាចរណ៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ ដោយត្រូវពង្រឹងការអនុវត្តច្បាប់ចរាចរណ៍ឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងត្រូវមានការផ្តល់ព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធនឹងខ្លឹមសារនៃការអនុវត្តច្បាប់ចរាចរណ៍ដល់ភ្ញៀវទេសចរ និងជំរុញកែលម្អចំណតរថយន្តនៅតាមបណ្ដារាជធានី-ខេត្ត និង **ទី៦)-**បង្កើតកម្មវិធីទូរស័ព្ទដៃ បង្ហាញព័ត៌មាននៃការធ្វើដំណើរសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរភ្ជាប់ទៅនឹងគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗផ្សារភ្ជាប់នឹងប្រព័ន្ធ GPS ឬ Google Map ដោយជំរុញឱ្យអាជីវករចុះឈ្មោះអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនក្នុង Google Map និងលើកទឹកចិត្តឱ្យអាជីវកម្មទាំងនោះបញ្ចូលព័ត៌មានទីតាំងទេសចរណ៍តាមមូលដ្ឋានរបស់ខ្លួន ក្នុងថ្នាលព័ត៌មានទេសចរណ៍ផ្សេងៗ។

(១៧). ជំរុញការហោះហើរក្នុងស្រុក និងការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍តាមផ្លូវទឹក ដើម្បីបង្កើនការតភ្ជាប់ទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍នានានៅទូទាំងប្រទេស។

---

[1] **ទេសចរណ៍ដោយការបើកបរដោយខ្លួនឯង** គឺជាការអនុវត្តទម្រង់មួយនៃទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ដោយក្នុងនោះភ្ញៀវទេសចរប្រើប្រាស់នូវយានយន្តក្នុងការធ្វើដំណើរទៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍ ក្នុងគោលបំណងសម្រាកលម្ហែ ឬទៅសួរសុខទុក្ខមិត្តភ័ក្តិ និងក្រុមគ្រួសារសាច់ញាតិដោយអាចជាការធ្វើដំណើរវិលល្ងាច ឬស្នាក់នៅក្នុងគោលដៅទេសចរណ៍លើសពីមួយយប់។

៣.៣.២. បន្ធូរបន្ថយលក្ខខណ្ឌ: ងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរបរទេសធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង

(១៨). ត្រូវមានការលើកទឹកចិត្ត និងជំរុញឱ្យមានដំណើរកម្សាន្ត តាមរយៈការរៀបចំ**ប័ណ្ណទស្សនា រមណីយដ្ឋានបេតិកភណ្ឌពិភពលោក (ប្រាសាទអង្គរវត្ត, ប្រាសាទព្រះវិហារ និងប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក)** និងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍សំខាន់ៗផ្សេងទៀតដោយអាចឱ្យភ្ញៀវទេសចរបរទេសផ្ទៃក្នុងទស្សនាបានច្រើនដង ក្នុងតម្លៃសមរម្យ។

(១៩). សិក្សាលទ្ធភាពក្នុងការបង្កើនភាពទាក់ទាញ ដោយផ្តល់ជម្រើសបន្ថែមនៃប្រភេទសំបុត្រចូលទស្សនារមណីយដ្ឋានបេតិកភណ្ឌអង្គរសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរបរទេសផ្ទៃក្នុង ដោយបន្តសុពលភាពសេចក្តីជូនដំណឹង ស្តីពីការអនុវត្តគោលនយោបាយលើកទឹកចិត្តនៃការលក់ប័ណ្ណចូលទស្សនារមណីយដ្ឋានអង្គរ រហូតដល់ថ្ងៃទី ៣១ ខែ ធ្នូ ឆ្នាំ ២០២២។

៣.៤. ការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍បម្រើឱ្យចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង

ដោយឈរលើស្មារតីនៃការបំប្លែងបរិបទជំងឺកូវីដ-១៩ ជាកាលានុវត្តភាព សម្រាប់ការលើកកម្ពស់វិស័យទេសចរណ៍ទាំងមូល រាជរដ្ឋាភិបាលនឹងបន្តខិតខំពង្រឹង និងពង្រីកទីផ្សារទេសចរណ៍ និងផ្តល់ជូនភ្ញៀវទេសចរនូវបទពិសោធន៍ទេសចរណ៍ប្លែកៗ តាមរយៈការបន្តខិតខំរៀបចំ និងក៏ដូចជាការផ្តល់ការគាំទ្រដល់ការវិនិយោគឯកជន សំដៅបង្កើននូវផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ទាក់ទាញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងនៅតាមប៉ូលសំខាន់ៗ ដូចជា÷

(២០). រាជធានីភ្នំពេញ និងតំបន់ជុំវិញ ត្រូវធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ ដោយរៀបចំឱ្យមានតំបន់ទេសចរណ៍ថ្មើរជើង ការកម្សាន្តតាមនាវាទេសចរណ៍ និងបង្កើតកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកភ្ជាប់នឹងតំបន់ជុំវិញនៃរាជធានីភ្នំពេញ ដូចជានៅរមណីយដ្ឋានតេទឹកពុះ, រមណីយដ្ឋានឧដុង្គ, កោះដាច់ និងភូមិចម្លាក់ប្រាក់នៅកំពង់ហ្លួង ជាដើម។

(២១). ខេត្តសៀមរាប-អង្គរ និងតំបន់ជុំវិញ ត្រូវរៀបចំ និងជំរុញឱ្យមានការវិនិយោគក្នុងការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ និងតាមតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពទាំង៦ **"សៀមរាប÷ ក្រៅពីប្រាសាទ"** ដោយផ្សារភ្ជាប់រវាងសម្បត្តិធនធានវប្បធម៌, ប្រវត្តិសាស្ត្រ និងសម្បត្តិធនធានធម្មជាតិ អមជាមួយសកម្មភាពទេសចរណ៍ធម្មជាតិ, ទេសចរណ៍ផ្សងព្រេង និងកីឡាទេសចរណ៍ ដូចជា កីឡាជិះកង់កម្សាន្តគយគន់ទេសភាព និងយូហ្គា (Yoga)។ល។ ទន្ទឹមនេះ ជាមួយគម្រោងកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវ ៣៨ខ្សែ ក្នុងក្រុងសៀមរាប អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចត្រូវរៀបចំតំបន់ថ្មើរជើងក្នុងក្រុងសៀមរាប។ នៅតំបន់បឹងទន្លេសាបត្រូវរៀបចំកែលម្អកំពង់ផែ

ទេសចរណ៍ចុងឃ្នាស ដោយជំរុញការអនុវត្ត **ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ២០២១-២០៣៥**។

(២២). តំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា ដោយសារសមិទ្ធផលនៃការសាងសង់ផ្លូវចំនួន៣៤ខ្សែបានបិទបញ្ចប់រួចរាល់ ខេត្តព្រះសីហនុមានប្រព័ន្ធហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវដ៏ល្អប្រសើរ ជាមេដែកទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុងមកកាន់ខេត្តព្រះសីហនុ និងជាសក្តានុពលសម្រាប់រៀបចំជា**របៀងទេសចរណ៍ភាគខាងត្បូង** តភ្ជាប់ខេត្តតំបន់ឆ្នេរ ជាមួយបណ្តាកោះដ៏ប្រណិតៗនានា ដូចជា កោះរ៉ុង, កោះរ៉ុងសន្លឹម, កោះសង្ឃារ និងតំបន់ទេសចរណ៍មានសក្តានុពលដ៏សម្បូរបែបផ្សេងទៀត ដូចជា គោលដៅទេសចរណ៍រាម តារាសាគរ ខេត្តកំពត និងខេត្តកែប ដែលរាជរដ្ឋាភិបាលកំពុងបញ្ចប់ការរៀបចំ**ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តកែប ឆ្នាំ២០២២-២០៣៥**។

(២៣). តំបន់ភូមិភាគឦសាន្ត ត្រូវបន្តជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង និងសកម្មភាពដំណើរកម្សាន្តបែបធម្មជាតិនៅក្នុងតំបន់នោះ ពិសេសទៅកាន់ខេត្តមណ្ឌលគិរី ដោយត្រូវជំរុញការអនុវត្ត **ផែនការមេអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តមណ្ឌលគិរី ឆ្នាំ២០២១-២០៣៥**។

(២៤). តំបន់តាមដងទន្លេមេគង្គ និងទន្លេបាសាក់ ត្រូវរៀបចំឱ្យមានភូមិទេសចរណ៍ ដើម្បីផ្តល់សេវាកម្មស្នាក់នៅសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរនៅតាមផ្ទះប្រជាជន ដែលរស់នៅតាមទីក្រុង, ទីប្រជុំជន និងនៅតាមដងទន្លេ និងត្រូវសិក្សារៀបចំឱ្យមានកំពង់ផែទេសចរណ៍ នៅតាមដងទន្លេមេគង្គ និងទន្លេសាបបន្ថែមទៀត។

ក្រៅពីការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍តាមតំបន់អាទិភាព កម្ពុជានឹងរៀបចំបង្កើតផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ នៅក្នុងក្របខណ្ឌទូទាំងប្រទេស ដូចខាងក្រោម÷

(២៥). បន្តជំរុញការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រ ដែលរួមមាន ដូចជា ផ្លូវ, អគ្គិសនី និងទឹក ជាដើម ពិសេសផ្លូវតភ្ជាប់នៅតំបន់ទេសចរណ៍ថ្មីៗ និងមានសក្តានុពល។

(២៦). ដាក់ចេញយុទ្ធនាការជំរុញទេសចរណ៍ម្ហូបអាហារ ដោយគណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត ត្រូវជំរុញយុទ្ធនាការ **"ខេត្តមួយ ម្ហូបអាហារអត្តសញ្ញាណមួយយ៉ាងតិច"**, យុទ្ធនាការ **"ខេត្តមួយ វិថីម្ហូបអាហារមួយ"** និងយុទ្ធនាការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្សារភ្ជាប់នឹងធម្មជាតិ ដោយត្រូវជំរុញសកម្មភាពដាំដើមឈើ និងលើកទឹកចិត្តឱ្យមាន **"ខេត្តមួយ សួនទេសចរណ៍មួយ"**។

(២៧). ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ និងវិស័យឯកជនត្រូវចូលរួមជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង តាមរយៈការរៀបចំកិច្ចប្រជុំនៅតាមរាជធានី-ខេត្ត ក្រោមទម្រង់ជាលក្ខណៈកូនកាត់ (ដោយមានអ្នក

ចូលរួមផ្ទាល់ក្នុងកម្រិតសមល្មមអមដោយការផ្សាយ និងចូលរួមតាមប្រព័ន្ធវីដេអូ) នៅពេលស្ថានភាពគ្រប់គ្រងជំងឺកូវីដ-១៩ កាន់តែល្អប្រសើរ។

(២៨). ជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងផ្សារភ្ជាប់នឹងសកម្មភាពកសិ-ទេសចរណ៍, អេកូទេសចរណ៍, សហគមន៍ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងទេសចរណ៍ជនបទ, និងត្រូវខិតខំអភិវឌ្ឍន៍ចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងផ្សារភ្ជាប់នឹងទស្សនទាននៃការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយបរិយាបន្ន ដោយត្រូវខិតខំរៀបចំឱ្យមានផ្ទះស្នាក់តាមសហគមន៍នៅទីជនបទ និងការផលិតវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ក្នុងស្រុក។ ដើម្បីជំរុញការបង្កើតផលិតផលខ្មែរបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ រាជរដ្ឋាភិបាលនឹងប្រើប្រាស់ "មូលនិធិអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រិនភាព" សម្រាប់ផ្តល់ការគាំទ្រដល់គម្រោងគំរូខ្នាតតូចបម្រើដល់ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។

(២៩). អភិវឌ្ឍន៍គោលដៅទេសចរណ៍ស្អាត និងលើកកម្ពស់សោភ័ណភាពឡើងវិញនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍មួយចំនួន តាមរយៈការជំរុញចលនាប្រឡងប្រណាំង **"ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ បដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ"** ឱ្យបានកាន់តែទូលំទូលាយ នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗសំដៅធានាឱ្យបានភាពស្អាត, អនាម័យ និងបរិស្ថានល្អ ក្នុងនោះ **"រមណីយដ្ឋានត្រូវស្អាត គ្មានសំរាមថង់ប្លាស្ទិកនៅរាយប៉ាយ"**, បង្គន់អនាម័យសាធារណៈត្រូវស្អាត និងត្រូវជំរុញយុទ្ធនាការ **"ភោជនីយដ្ឋានស្អាត គ្មានសំរាមថង់ប្លាស្ទិកក្រោមតុ"**, ជំរុញការអនុវត្តគោលនយោបាយ **"ភូមិ-ឃុំ-សង្កាត់មានសុវត្ថិភាព"**, និងរៀបចំទីតាំងសំខាន់ៗដែលមានឧបនិស្ស័យក្នុងការទាក់ទាញទេសចរណ៍ ឱ្យគោរពតាមនីតិវិធីប្រតិបត្តិស្តង់ដា (SOP) នៃគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី ជាអាទិ៍ អាហារដ្ឋាន, ផ្សារសាធារណៈ, ផ្សារទំនើប, រោងភាពយន្ត, សារមន្ទីរ, វត្តអារាម, ទីតាំងសាសនា, ចំណតរថយន្តក្រុង និងព្រលានយន្តហោះ ជាដើម។

៣.៥. ការផ្សព្វផ្សាយ ការអប់រំ និងការបញ្ជ្រាបការយល់ដឹងជាសាធារណៈ

បន្ថែមពីលើវិធានការខាងលើ វិធានការផ្សព្វផ្សាយ អប់រំ និងការបញ្ជ្រាបការយល់ដឹងជាសាធារណៈ គឺជាសមាសភាគដ៏សំខាន់ និងចាំបាច់ ក្នុងការជំរុញគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធនៅក្នុងវិស័យ និងសកម្មភាពទេសចរណ៍ ឱ្យចូលរួមយ៉ាងសកម្ម ក្នុងគោលដៅលើកកម្ពស់វិស័យ និងសកម្មភាពទេសចរណ៍ ដោយមានការធានាសុវត្ថិភាព និងសុខុមាលភាពដល់សហគមន៍ទាំងមូល។ ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលនឹងអនុវត្តនូវវិធានការដូចខាងក្រោម÷

(៣០). ផ្សព្វផ្សាយ ដោយចេញជាសេចក្តីប្រកាសស្តីអំពីជំហររបស់រាជរដ្ឋាភិបាលជាក់លាក់ ក្នុងការជំរុញ និងលើកទឹកចិត្តទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងសុវត្ថិភាពធ្វើដំណើរ សម្រាប់គោលដៅ

ទេសចរណ៍ និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ ដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់ និងមានហានិភ័យទាប ជូនប្រជាពលរដ្ឋ រួមជាមួយនឹងពេលវេលាច្បាស់លាស់ ដោយរៀបចំថ្នាលទំនាក់ទំនងសាធារណៈ (Public Communication Platform - អាចជា Website ឬ ទំព័រក្នុងបណ្តាញសង្គម) ដែលមានភាពច្បាស់លាស់, តម្លាភាព, ងាយយល់ និងមានការធ្វើបច្ចុប្បន្នកម្មទៀងទាត់ សម្រាប់ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយអំពីកម្រិតហានិភ័យ និងវិធានការរដ្ឋបាល/សុខាភិបាល នៅតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍នានា។

(៣១). ដាក់ចេញយុទ្ធសាស្ត្រលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងជាសាធារណៈ នៅក្នុងក្របខណ្ឌនៃយុទ្ធនាការ **"ទស្សនាស្រុកយើង"** ក្រោមស្មារតី **"ស្រលាញ់ជាតិ ត្រូវស្គាល់ទឹកដី"** តាមរយៈការដាក់ចេញនូវ **យន្តការផ្សព្វផ្សាយ, ការអប់រំ និងការបញ្ជ្រាបការយល់ដឹងជាសាធារណៈចម្រុះ** ដូចខាងក្រោម ÷

- **ទី១)-កិច្ចសម្ភាសន៍÷** បង្កើតនូវបទសម្ភាសន៍ ជាមួយបុគ្គលសំខាន់ៗនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដូចជា ថ្នាក់ដឹកនាំ, មន្ត្រី, អ្នកជំនាញ, ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងភាគីពាក់ព័ន្ធដែលមកពីវិស័យរដ្ឋ និងឯកជន ដែលទទួលបានភាពជោគជ័យនៅក្នុងអាជីវកម្មទេសចរណ៍ នៅក្នុងកម្មវិធីទូរទស្សន៍និងវិទ្យុល្បីៗជាប្រចាំ ដើម្បីលើកទឹកចិត្តឱ្យប្រជាពលរដ្ឋស្វែងយល់ និងចូលរួមចំណែកនៅក្នុងសកម្មភាពអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍។
- **ទី២)-ការរំលេចសាច់រឿង (Feature Stories)÷** ដើម្បីបង្កើនចំណាប់អារម្មណ៍របស់សាធារណជននៅក្នុងការធ្វើដំណើរកម្សាន្តផ្ទៃក្នុង ដោយត្រូវយកចិត្តទុកដាក់លើចំណុចមួយចំនួនដូចជា **ទី១)**-ត្រូវលើកទឹកចិត្តប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយក្នុងស្រុក ឱ្យមានការសរសេរជាអត្ថបទរំលេចអំពីប្រភេទទេសចរណ៍ ដែលទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍ និងការចូលរួមពីអ្នកអាន និង **ទី២)**-ការបញ្ចូលរូបភាពនៃគោលដៅទេសចរណ៍ស្អាតៗក្នុងការផលិតបទចម្រៀង និងខ្សែភាពយន្ត ជាដើម។
- **ទី៣)**-ផលិតវីដេអូទេសចរណ៍ដែលមានសក្តានុពល នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត និងចម្រៀងទេសចរណ៍ ដើម្បីចាក់ផ្សាយតាមបណ្តាញស្ថានីយទូរទស្សន៍ និងប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គមនានា។
- និង **ទី៤)**-ជំរុញការផ្សព្វផ្សាយ,ការអប់រំនិងបញ្ជ្រាបការយល់ដឹងជាសាធារណៈ អំពីវិស័យទេសចរណ៍តាមរយៈបុគ្គលដែលមានឥទ្ធិពល (Influencers) នៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គម (YouTube, Facebook, Tiktok, Instagram..) និងអ្នកផលិតរូបភាពនិងវីដេអូជំនាញ។ ទន្ទឹមនេះត្រូវមានការជំរុញ និងលើកទឹកចិត្តដល់ការផ្សព្វផ្សាយ និង

ផលិតរូបភាពវីដេអូ និងមាតិកាទេសចរណ៍នានា ដោយរាជរដ្ឋាភិបាលគួរសិក្សាដាក់ចេញគោលនយោបាយលើកទឹកចិត្តសម្រាប់បុគ្គលទាំងនោះ។

(៣២). រៀបចំ និងផ្សព្វផ្សាយព្រឹត្តិការណ៍សំខាន់ៗ ដូចជា បុណ្យសមុទ្រ នៅឆ្នាំ២០២២ និងឆ្នាំ២០២៣ និងបុណ្យទន្លេ, ព្រឹត្តិការណ៍អង្គរសង្ក្រាន្ត, សង្ក្រាន្តរាជធានី-ខេត្ត នៅឆ្នាំ២០២៣ ដោយអនុវត្តឱ្យបានខ្ជាប់ខ្ជួនតាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី និងត្រូវរៀបចំឱ្យមានសកម្មភាពកីឡាគ្រប់ទម្រង់ដែលអាចរៀបចំបានតាមលទ្ធភាពរបស់រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត សំដៅត្រៀមឆ្ពោះទៅការធ្វើជាម្ចាស់ផ្ទះក្នុងការរៀបចំ**ព្រឹត្តិការណ៍ស៊ីហ្គេម ឆ្នាំ២០២៣ (SEA Games 2023)**។

(៣៣). គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត ត្រូវសិក្សាជំរុញព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ខ្នាតតូច ឬមធ្យម នៅក្នុងរាជធានី-ខេត្តរបស់ខ្លួន ជាពិសេសព្រឹត្តិការណ៍ ដែលមានលក្ខណៈឆ្លុះបញ្ចាំងពីប្រវត្តិសាស្ត្រ វប្បធម៌ប្រពៃណីក្នុងតំបន់ តាមរាជធានី-ខេត្តរៀងៗខ្លួន ដើម្បីចូលរួមក្នុងការទាក់ទាញរំហូរនៃចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង។

(៣៤). រៀបចំមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកឱ្យមាននៅតាមរាជធានី-ខេត្តដែលមានសក្តានុពលទេសចរណ៍។

(៣៥). ពង្រឹង និងពង្រីកការចាប់យកបច្ចេកវិទ្យា ការប្រើប្រាស់ថ្នាលឌីជីថល (គេហទំព័រ Visit Cambodia, ប្រព័ន្ធបណ្តាញ (Facebook, Instagram, YouTube...) សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយវិស័យទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង។ លើសពីនេះទៀត នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ធំៗ ត្រូវជំរុញការផ្សព្វផ្សាយ និងប្រើប្រាស់ការបកស្រាយពន្យល់តាមកម្មវិធីទូរស័ព្ទ ឬបច្ចេកវិទ្យា Augmented Reality (AR) ដើម្បីពន្យល់ និងបកស្រាយដល់ភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុង។

៤. យន្តការអនុវត្ត

៤.១. យន្តការស្ថាប័ន

ការអនុវត្ត **"វិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ឆ្នាំ២០២១-២០២៣"** នេះ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ គឺអាស្រ័យលើការប្តេជ្ញាចិត្ត និងការចូលរួមពីសំណាក់ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធគ្រប់ជាន់ថ្នាក់, អាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន, កងកម្លាំងប្រដាប់អាវុធ និងប្រជាពលរដ្ឋ ក្នុងការអនុវត្ត ស្របតាមតួនាទី, ភារកិច្ច និង ការទទួលខុសត្រូវរៀងៗខ្លួន។ ក្នុងន័យនេះ ការអនុវត្តការងារទាំងនេះ ទាមទារនូវការសហការស្អិតរមួត និងចូលរួមពីសំណាក់ក្រសួង-ស្ថាប័ន, ការរៀបចំឱ្យមានការត្រួតពិនិត្យលទ្ធផលអនុវត្តជាប្រចាំ, ការរៀបចំឱ្យមានការពិភាក្សាគ្នាយ៉ាងសកម្មដើម្បីជំរុញការងារ និងបង្កើនការយកចិត្តទុកដាក់លើការផ្សារភ្ជាប់វិធានការគោលនយោបាយ ទៅនឹងលទ្ធផលជាក់ស្តែង។

៤.២. ផែនការសកម្មភាព

វិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ដាក់ចេញនូវផែនការសកម្មភាព សម្រាប់អនុវត្តចាប់ផ្តើមពីត្រីមាសទី៤ នៃឆ្នាំ ២០២១ រហូតដល់ឆ្នាំ ២០២៣ និងមានកំណត់ច្បាស់លាស់អំពីការទទួលខុសត្រូវរបស់ ក្រសួង-ស្ថាប័ន និងភាគីពាក់ព័ន្ធ ដែលទទួលបន្ទុកលើការអនុវត្តនូវវិធានការគោលនយោបាយនីមួយៗ *(ដូចមានក្នុងឧបសម្ព័ន្ធ)*។

៥. យន្តការតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ

កម្មវត្ថុនៃការតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ គឺដើម្បីជំរុញសកម្មភាពពិភាក្សាឆ្លុះរកបញ្ហាប្រឈម, ដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈម, ដាក់ចេញវិធានការកែតម្រូវ, វាស់វែងពីការខិតខំប្រឹងប្រែង និងវាយតម្លៃប្រសិទ្ធភាពនៃយន្តការអនុវត្ត វិធានការគោលនយោបាយដែលបានដាក់ចេញ ដោយមានការកំណត់នូវសូចនាករសមិទ្ធកម្មគន្លឹះ (Key Performance Indicators-KPIs) និង វិធានការគោល-នយោបាយដែលត្រូវអនុវត្តគន្លឹះៗ ភ្ជាប់ដោយស្ថាប័នទទួលខុសត្រូវនាំមុខ។

វិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងនេះ ត្រូវតាមដាន និងវាយតម្លៃការអនុវត្តដោយ **គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍** ដោយមាន **ក្រុមការងាររាជរដ្ឋាភិបាលនិងឯកជនដើម្បីស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងនិងក្រោយវិបត្តិនៃជំងឺកូវីដ-១៩** និង**គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត** ជាសេនាធិការដែលត្រូវអនុវត្តវិធានការគោលនយោបាយ និងសកម្មភាពនីមួយៗព្រមទាំងរៀបចំរបាយការណ៍លទ្ធផលជូន **គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍** ប្រចាំត្រីមាស, ឆមាស និងប្រចាំឆ្នាំ។ យន្តការតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃនេះមានការចូលរួមពីក្រសួង-ស្ថាប័នសំខាន់ៗ ដែលមានតួនាទីដូចខាងក្រោម÷

-គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ មានតួនាទី÷ **ទី១)**-ទទួលបន្ទុកចូលរួមក្នុងការតាមដាន និងវាយតម្លៃការអនុវត្តវិធានការ ដែលបានកំណត់ក្នុងវិធានការគោលនយោបាយនេះ ព្រមទាំងរៀបចំ និងពិនិត្យសម្រេចលើផែនការអនុវត្តវិធានការគោលនយោបាយផ្សេងទៀតតាមតម្រូវការជាក់ស្តែង ដោយមានការសហការពីក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ និង **ទី២)**-សហការជាមួយគណៈកម្មការអន្តរក្រសួងដើម្បីប្រយុទ្ធនឹងជំងឺកូវីដ-១៩ ក្នុងការតាមដានសភាពការណ៍នៃការឆ្លងរាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ដើម្បីពិនិត្យឡើងវិញជាប្រចាំលើវិធានការគោលនយោបាយ។

-**ក្រសួង-ស្ថាប័នទទួលបន្ទុកលើការអនុវត្តវិធានការគោលនយោបាយ** មានតួនាទី÷ **ទី១)**-រៀបចំផែនការអនុវត្តវិធានការគោលនយោបាយនិងរាយការណ៍ជូន គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ជាប្រចាំអំពីវឌ្ឍនភាពនៃការងារអនុវត្តវិធានការគោលនយោបាយទាំងនោះ និងធ្វើការកែសម្រួល

ផែនការរបស់ខ្លួន តាមការណែនាំរបស់គណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ និង **ទី២)**-រៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រត្រឡប់ដើម្បីត្រៀមខ្លួនសម្រាប់ករណីមានការផ្ទុះ និងការឆ្លងរាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ជាទ្រង់ទ្រាយធំនៅក្នុងដែនសមត្ថកិច្ចរបស់ខ្លួន។

-អាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន និងគណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត មានតួនាទី÷ **ទី១)**-វាយតម្លៃជាប្រចាំអំពីស្ថានភាពនៃការឆ្លងរាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ និងការអនុវត្តវិធានការរដ្ឋបាល និងសុខាភិបាលរបស់អាជីវកម្ម-ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ នៅតាមមូលដ្ឋានរបស់ខ្លួន, **ទី២)**-រាយការណ៍លទ្ធផលនៃការវាយតម្លៃនេះជូនគណៈកម្មាធិការជាតិអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ជាប្រចាំ និង **ទី៣)**-រៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រត្រឡប់ដើម្បីត្រៀមខ្លួនសម្រាប់ករណីមានការផ្ទុះ និងការឆ្លងរាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ជាទ្រង់ទ្រាយធំនៅក្នុងដែនសមត្ថកិច្ចរបស់ខ្លួន។

៦. សន្និដ្ឋាន

នៅក្នុងបរិការណ៍ដែលកម្ពុជាបាន និងកំពុងត្រៀមបើកដំណើរការឡើងវិញនូវសកម្មភាពសង្គម-សេដ្ឋកិច្ចក្នុងប្រទេសឱ្យឈានទៅរកប្រក្រតីភាពថ្មី នាពេលឆាប់ៗខាងមុខនេះ, ការរៀបចំ "**វិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ឆ្នាំ២០២១-២០២៣**" គឺជាកិច្ចការដ៏ចាំបាច់ និងទាន់ពេល ដើម្បីចូលរួមចំណែកក្នុងការស្តារវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុងដំណាក់កាលនៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ព្រមទាំងជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ការត្រៀមបើកទទួលទេសចរណ៍អន្តរជាតិ នៅតាមតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍សុវត្ថិភាពនាពេលខាងមុខ។

ភាពជោគជ័យនៃការអនុវត្តវិធានការគោលនយោបាយនេះ ទាមទារឱ្យមានការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ ដោយឈរលើគោលការណ៍ភាពជាដៃគូ "**រដ្ឋ-ឯកជន-ប្រជាពលរដ្ឋ និងភ្ញៀវទេសចរ-ដៃគូអភិវឌ្ឍ**" ដើម្បីជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ប្រកបដោយភាពជោគជ័យ និងសុវត្ថិភាព។ ជាមួយគ្នានេះ ភាពជោគជ័យនៃការអនុវត្តវិធានការគោលនយោបាយនេះ នឹងក្លាយជាមូលដ្ឋានគ្រឹះក្នុងការបោះជំហានឆ្ពោះទៅរកការធានាបាននូវការស្តារឡើងវិញយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃវិស័យសង្គម-សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាតាមគន្លងថ្មីនៃការអភិវឌ្ឍ៕

ឧបសម្ព័ន្ធ. ផែនការសកម្មភាពនៃវិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង

វិធានការគោលនយោបាយ	ឆ្នាំ២០២១	ឆ្នាំ២០២២	ឆ្នាំ២០២៣	ស្ថាប័នទទួលបន្ទុក
១. ការលើកកម្ពស់ទំនុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់របស់ភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុង				
វិធានការទី១	────	────	───→	-គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត -រដ្ឋបាលថ្នាក់មូលដ្ឋាន *(ដោយមានការគាំទ្រពីគណៈកម្មការអន្តរក្រសួងដើម្បីប្រយុទ្ធនឹងជំងឺកូវីដ-១៩)*
វិធានការទី២	───→			
វិធានការទី៣	────	────	───→	-ក្រសួងទេសចរណ៍ -ក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ -ក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន -ក្រសួងធម្មការ និងសាសនា -ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ
វិធានការទី៤		────	───→	-ក្រសួងទេសចរណ៍
វិធានការទី៥	────	────	───→	-គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត -រដ្ឋបាលថ្នាក់មូលដ្ឋាន
វិធានការទី៦	───→			-ក្រសួងសុខាភិបាល -ក្រសួងទេសចរណ៍ -វិស័យឯកជន
២. ការជំរុញដំណើរការឡើងវិញរបស់អាជីវកម្ម-ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍តាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី				
វិធានការទី៧	────	────	───→	-ក្រសួងសុខាភិបាល -ក្រសួងទេសចរណ៍ -វិស័យឯកជន -រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត
វិធានការទី៨	───→			-ក្រសួងទេសចរណ៍ -ក្រសួងសុខាភិបាល -ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម -រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត -វិស័យឯកជន
វិធានការទី៩	────	────	───→	-អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារ -អគ្គលេខាធិការដ្ឋាននៃគណៈកម្មាធិការគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ

		-ធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និង មធ្យម កម្ពុជា
វិធានការទី១០	→	-ក្រសួងទេសចរណ៍ -ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ -ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និង ទូរគមនាគមន៍
វិធានការទី១១	→	-ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍
វិធានការទី១២	→	-ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ -សហភាពសហព័ន្ធយុវជនកម្ពុជា -មជ្ឈមណ្ឌលកម្ពុជា ៤.០ -វិស័យឯកជន
៣. ការបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរផ្ទៃក្នុង		
វិធានការទី១៣	→	-ក្រសួងទេសចរណ៍ -ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ -វិស័យឯកជន
វិធានការទី១៤	→	-ក្រសួងទេសចរណ៍ -គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត -វិស័យឯកជន
វិធានការទី១៥	→	-ក្រសួងទេសចរណ៍ -គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត -ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ -ក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ -ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា -ក្រសួងមុខងារសាធារណៈ -សហភាពសហព័ន្ធយុវជនកម្ពុជា -វិស័យឯកជន
វិធានការទី១៦	→	-ក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន -ក្រសួងមហាផ្ទៃ -អគ្គស្នងការដ្ឋាននគរបាលជាតិ -វិស័យឯកជន
វិធានការទី១៧	→	-ក្រសួងទេសចរណ៍ -ក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន

		-រដ្ឋលេខាធិការដ្ឋានអាកាសចរណ៍ស៊ីវិល -រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត -ក្រុមហ៊ុនព្រលានយន្តហោះ (SCA) -វិស័យឯកជន
វិធានការទី១៨		-ក្រសួងទេសចរណ៍ -គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត
វិធានការទី១៩		-ក្រសួងទេសចរណ៍ -គ្រឹះស្ថានអង្គរ
៤. ការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍បម្រើឱ្យចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង		
វិធានការទី២០		-ក្រសួងទេសចរណ៍ -ក្រសួងបរិស្ថាន -ក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ -គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត -វិស័យឯកជន
វិធានការទី២១		
វិធានការទី២២		
វិធានការទី២៣		
វិធានការទី២៤		
វិធានការទី២៥		-ក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន -ក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ -វិស័យឯកជន
វិធានការទី២៦		-ក្រសួងទេសចរណ៍ -គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត -វិស័យឯកជន
វិធានការទី២៧		-ក្រសួង- ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ -វិស័យឯកជន
វិធានការទី២៨		-ក្រសួងទេសចរណ៍ -ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ -គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត -វិស័យឯកជន
វិធានការទី២៩		-ក្រសួងមហាផ្ទៃ -ក្រសួងទេសចរណ៍ -ក្រសួងបរិស្ថាន -ក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ

		-ក្រសួងធម្មការ និងសាសនា -ក្រសួង- ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ -គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត -រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត -វិស័យឯកជន
៥. ការផ្សព្វផ្សាយ និងបញ្ច្រាបការយល់ដឹងជាសាធារណៈ		
វិធានការទី៣០	→	-ក្រសួងទេសចរណ៍ -ក្រសួងព័ត៌មាន -គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត
វិធានការទី៣១	→	-ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសិក្សាទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា
វិធានការទី៣២	→	-ក្រសួងទេសចរណ៍ -គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត -សហភាពសហព័ន្ធយុវជនកម្ពុជា -រដ្ឋបាលរាជធានី-ខេត្ត
វិធានការទី៣៣	→	-គណៈកម្មាធិការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍រាជធានី-ខេត្ត -ក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ
វិធានការទី៣៤	→	-ក្រសួងទេសចរណ៍
វិធានការទី៣៥	→	-ក្រសួងទេសចរណ៍ -ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ -ក្រសួងព័ត៌មាន

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះ **ឯកឧត្តមអគ្គបណ្ឌិតសភាចារ្យ អូន ព័ន្ធមុនីរ័ត្ន ឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រី រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងជាប្រធានគណៈកម្មាធិការគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ** និង **ឯកឧត្តមបណ្ឌិត ថោង ខុន រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងទេសចរណ៍** ចំពោះការណែនាំដល់ក្រុមការងាររៀបចំវិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ឆ្នាំ២០២១-២០២៣ ប្រកបដោយជោគជ័យ។

សូមគោរពជូនពរ ឯកឧត្តម សូមទទួលបាននូវពុទ្ធពរទាំង៤ប្រការ គឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ និងពលៈ កុំបីឃ្លាងឃ្លាតឡើយ។

ក្រុមការងាររៀបចំវិធានការគោលនយោបាយជំរុញចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង ឆ្នាំ២០២១-២០២៣

១-	ឯកឧត្តម ណេប សាមុត	អគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ និងជាប្រធានលេខាធិការដ្ឋាននៃក្រុមការងារដើម្បីជំរុញ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងដំណាក់កាលវិបត្តិ និងក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩
២-	ឯកឧត្តម អាំង សុវណ្ណរ័ត្ន	អគ្គលេខាធិការរង គ.ជ.វ.ទ. និងជាអគ្គនាយករងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ
៣-	ឯកឧត្តម ជួន ជ័យសត្យា	អគ្គលេខាធិការរង គ.ជ.វ.ទ. និងជាប្រធាននាយកដ្ឋានជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងអប់រំការយល់ដឹងជាសាធារណៈ
៤-	លោក សេង វិរៈយុទ្ធ	សមាជិកនៃលេខាធិការដ្ឋាននៃក្រុមការងាររាជរដ្ឋាភិបាល និងឯកជន ដើម្បីស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩
៥-	លោកស្រី ហេង ស្រស់	អនុប្រធាននាយកដ្ឋានទីភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូន និងមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍
៦-	លោកស្រី មូល លីតា	អនុប្រធាននាយកដ្ឋានជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងអប់រំការយល់ដឹងជាសាធារណៈ
៧-	កញ្ញា ចាន់ ថុនបញ្ញា	នាយការិយាល័យនៃនាយកដ្ឋានវាយតម្លៃក្រុងស្អាត
៨-	លោក នៅ បញ្ញា	មន្ត្រីជំនួយការអគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍
៩-	កញ្ញា ហុង និមល	មន្ត្រីជំនួយការអគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍
១០-	លោក ទូច ផាន់ណា	មន្ត្រីជំនួយការអគ្គនាយកគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

ក្រុមការងារពិគ្រោះយោបល់

១-	ឯកឧត្តម ផាន់ ផល្លា	រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងជាអគ្គលេខាធិការនៃគណៈកម្មាធិការគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ
២-	ឯកឧត្តម ហួត ពុំ	អនុរដ្ឋលេខាធិការក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ
៣-	ឯកឧត្តម ឈាង វណ្ណារិទ្ធ	អគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានគោលនយោបាយ ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ
៤-	ឯកឧត្តម ទិត ចន្ថា	រដ្ឋលេខាធិការប្រចាំការក្រសួងទេសចរណ៍
៥-	ឯកឧត្តម ជា ប៊ូរ៉ា	រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងទេសចរណ៍
៦-	ឯកឧត្តម ជា កុសល	អនុរដ្ឋលេខាធិការ និងជានាយកខុទ្ទកាល័យក្រសួងទេសចរណ៍
៧-	ឯកឧត្តម ឆាយ យុនឡុង	ទីប្រឹក្សាក្រសួង និងជាអគ្គនាយករងគ្រប់គ្រងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍
៨-	ឯកឧត្តម គឹម សេរីរដ្ឋ	អគ្គលេខាធិការរង គ.ជ.វ.ទ. និងជាប្រធាននាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ និងម្ហូបអាហារ

រៀបចំដោយ

ក្រុមការងាររាជរដ្ឋាភិបាលនិងឯកជន ដើម្បីស្តារ
និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា
ក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩

MINISTRY OF TOURISM

MINISTRY OF ECONOMY AND FINANCE

សូមថ្លែងអំណរគុណ

គណៈកម្មការអប់រំ យុវជន កីឡា
ធម្មការ កិច្ចការសាសនា វប្បធម៌ និងទេសចរណ៍