វិទ្យាស្ថានសភាកម្ពុជា
PARLIAMENTARY INSTITUTE OF CAMBODIA

ឯកសារស្រាវជ្រាវសង្ខេប

គណៈកម្មការទី៧ នៃរដ្ឋសភា

ការលើកកម្ពស់ទេសចរណ៍វប្បធម៌៖ ភាពវិវឌ្ឍន៍ ផែនការអភិវឌ្ឍ និងបញ្ហាប្រឈម នៃទេសចរណ៍វប្បធម៌នៅខេត្តកំពង់ធំ និងព្រះវិហារ

ស្រាវជ្រាវ៖ បណ្ឌិត ឈូ ស្រ៊ីនាថ
លោកស្រី គុប ដាវី
ចូលរួមដោយ៖ លោក សែម អ៊ែន

ខែកក្កដា ឆ្នាំ ២០១៧

កំណត់សម្គាល់

វិទ្យាស្ថានសភាកម្ពុជា(វ.ស.ក) គឺជាស្ថាប័នឯករាជ្យមួយដែលផ្តល់ការគាំទ្រដល់សភាកម្ពុជា តាមរយៈការផ្តល់នូវឯកសារស្រាវជ្រាវទៅតាមសំណើរបសសមាជិក-សមាជិកា និងគណៈកម្មការជំនាញរបស់រដ្ឋសភា-ព្រឹទ្ធសភា ដែលមានការវិភាគទៅលើបញ្ហាដែលកំពុងតែកើតមាននៅពេលបច្ចុប្បន្ន និងដែលអាចនឹងកើតឡើងនាពេលអនាគត លើប្រធានបទការរៀបចំច្បាប់និងគោលនយោបាយសាធារណៈ។ ឯកសារទាំងនេះផ្តល់នូវព័ត៌មានផ្សេងៗដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការងារសភា និងការងារមណ្ឌល ឬភូមិភាគរបស់សមាជិក-សមាជិការសភា ក៏ប៉ុន្តែ រាល់អត្ថន័យដែលមាននៅក្នុងឯកសារទាំងនេះមិនមែនតំណាងឬឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីទស្សនៈផ្ទាល់របស់វិទ្យាស្ថានសភាកម្ពុជា សភា ឬសមាជិក-សមាជិកាណាម្នាក់នោះឡើយ។

ខ្លឹមសារនៃឯកសារទាំងនេះមានកំណត់នូវកាលបរិច្ឆេទរៀបចំច្បាស់លាស់ និងអាចប្រើប្រាស់សម្រាប់តែជាឯកសារយោងប៉ុណ្ណោះ។ ឯកសារទាំងនេះមិនមានគោលបំណងផ្តល់ប្រឹក្សាផ្នែកច្បាប់ ឬទៅលើគោលនយោបាយណាមួយឡើយ ហើយក៏មិនបានធ្វើការសិក្សាអោយបានគ្រប់ប្រធានបទ ឬរាល់ខ្លឹមសារលម្អិតដែលពាក់ព័ន្ធនឹងបញ្ហាដែលបានលើកឡើងនោះដែរ។

ខ្លឹមសារនៃគេហទំព័រនេះស្ថិតក្រោមច្បាប់ជាធរមានរបស់កម្ពុជា និងកិច្ចព្រមព្រៀងអន្តរជាតិស្តីពីសិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ។ រាល់ការរៀបចំឡើងវិញដោយដកស្រង់នូវផ្នែកណាមួយ ឬខ្លឹមសារទាំងស្រុងនៃឯកសារនៅក្នុងគេហទំព័រនេះ ត្រូវមានការអនុញ្ញាតពីវិទ្យាស្ថាន។

រក្សាសិទ្ធិ ឆ្នាំ២០១៧ វិទ្យាស្ថានសភាកម្ពុជា (វ.ស.ក) ។

មាតិកា

១សេចក្ដីផ្ដើម 1
២ការអនុវត្ត និងភាពវិវឌ្ឍន៍នៃទេសចរណ៍វប្បធម៌នៅក្នុងខេត្តគោលដៅ 2
២ខេត្តកំពង់ធំ ១. (ប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក) 2
២ ខេត្តព្រះវិហារ ២.(ប្រាសាទព្រះវិហារ) 6
៣.ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រវិស័យទេសចរណ៍ 7
៣វិស័យទេសចរណ៍ផែនការអភិវឌ្ឍន៍ ១. 7
៣ផែនការអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍វប្បធម៌ ២. 8
៣ភាគីពាក់ព័ន្ធ ៣. 9
៤. បញ្ហាប្រឈម 10
៤១. ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធវិស័យទេសចរណ៍ 11
៤២. ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្ត 12
៤៣. ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ 13
៤៤. វិស័យឯកជន 13
៥. សេចក្ដីសន្និដ្ឋាន 14

១. សេចក្តីផ្តើម

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា បានកំណត់ទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងទេសចរណ៍ធម្មជាតិ ជា«មាសបៃតង» ដោយសារវិស័យនេះគឺជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់នៃសេដ្ឋកិច្ចបៃតង ព្រមទាំងជាប្រភពនៃការងារ និងកំណើនសេដ្ឋកិច្ច ដែលវិស័យនេះបានរួមចំណែកដល់ផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប ប្រហែល១២ភាគរយ នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៦[1, p. iii, 2] ។ ចំណូលពីវិស័យទេសចរណ៍ ក៏បានដើរតួរនាទីសំខាន់សម្រាប់អត្ថប្រយោជន៍សង្គមផងដែរ ដូចជាការជួយថែរក្សាទ្រព្យសម្បត្តិវប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ និងបរិស្ថាន [3]។ យោងលើផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ឆ្នាំ ២០១២-២០២០ ទេសចរណ៍វប្បធម៌គឺត្រូវបានផ្តល់ជាផ្នែកអាទិភាពមួយសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ដែលរួមជាមួយអនុវិស័យដ៏ទៃទៀតដែលមានសារៈប្រយោជន៍ សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍សង្គម[1]។ ទេសចរណ៍វប្បធម៌ រួមចំណែកប្រហែល៨០ភាគរយនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ដោយសារប្រាសាទបុរាណរាប់ពាន់ប្រាសាទដែលមាននៅក្នុងប្រទេស[4]។ ទេសចរណ៍វប្បធម៌មិនត្រឹមតែរួមចំណែកដល់ការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច ប៉ុន្តែក៏រួមចំណែកផងដែរដល់ការពង្រឹងសហគមន៍នៅក្នុងមូលដ្ឋាន និងការធ្វើសាមាហរណកម្មថ្នាក់តំបន់[4]។ ទេសចរណ៍វប្បធម៌ បានក្លាយជាមូលដ្ឋានគ្រឹះដ៏សំខាន់មួយនៃការអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ហើយក៏ជាផ្នែកមួយក្នុងវិស័យដ៏ទៃទៀតដែលរួមចំណែកក្នុងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ [4, 5] នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាតាមរយៈការបង្កើតឲ្យមានការងារធ្វើនៅក្នុងប្រទេស។ ចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍អន្តរជាតិបានកើនឡើងពី ២,៥ លាននាក់នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១០ ទៅប្រមាណ ៥លាននាក់ នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៦[1, 4] កើនឡើង ប្រមាណ៥ភាគរយ ប្រៀបធៀបនឹងឆ្នាំ ២០១៤។ ទន្ទឹមនឹងនេះដែរ ប្រាក់ចំណូលពីវិស័យទេសចរណ៍កើនឡើងពី ១,៨ ពាន់លានដុល្លារ ក្នុងឆ្នាំ ២០១០ ទៅ ៣,២ ពាន់ដុល្លារក្នុងឆ្នាំ ២០១៦[6] ។

ការកើនឡើងគួរឲ្យកត់សម្គាល់នេះ បានបង្ហាញថាប្រទេសកម្ពុជាបានអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ឆ្នាំ ២០១២-២០២០ យ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព។ ប៉ុន្តែទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ស្របពេលដែលតំបន់ទេសចរណ៍វប្បធម៌មួយចំនួនមានការរីកចំរើនគួរឲ្យកត់សម្គាល់ ទាក់ទងទាំងការរួមចំណែកដល់ផ្នែកសង្គម និងសេដ្ឋកិច្ច តំបន់ខ្លះទៀតនៅមានភាពទន់ខ្សោយ ដោយសារតែកង្វះខាតនូវការគាំទ្រ ការចូលរួម និងការយកចិត្តទុកដាក់ជាយុទ្ធសាស្ត្រ។ ជាការជាក់ស្តែង ខណៈខេត្តកំពង់ធំនិងខេត្តព្រះវិហារ មានប្រាសាទបុរាណសម្រាប់ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរណ៍ ការផ្សព្វផ្សាយពីប្រាសាទនិងទេសចរណ៍នេះនៅមិនទាន់ទូលំទូលាយនិងជួបបញ្ហាប្រឈម។ ដូច្នេះការសិក្សានេះមានបំណងពិនិត្យឡើងវិញ លើការអនុវត្ត និងបញ្ហាប្រឈមដែលបានជួបប្រទះទាក់ទងនឹងការលើកកម្ពស់ផ្នែកទេសចរណ៍វប្បធម៌ ជាពិសេសនៅក្នុងខេត្តកំពង់ធំ និងខេត្តព្រះវិហារ ដោយយោងតាមការស្នើរបស់គណៈកម្មការទី៧ នៃរដ្ឋសភា ដើម្បីជាជំនួយស្មារតីក្នុងការបំពេញបេសកកម្មរបស់ខ្លួន។ យ៉ាងណាមិញ ក្នុងករណីដែលការសិក្សានេះមិនអាចរកបាននូវ

ទិន្ន័យ និងព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់របស់ខេត្តទាំងពីរនេះ ការសិក្សានេះនឹងធ្វើការពិនិត្យផ្តោតទៅលើបរិបទថ្នាក់ជាតិ។

២. ការអនុវត្ត និងភាពវិវឌ្ឍន៍នៃទេសចរណ៍វប្បធម៌នៅក្នុងខេត្តគោលដៅ

២.១ ខេត្តកំពង់ធំ (ប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក)

យោងលើជំរឿនប្រជាជននៅក្នុងឆ្នាំ ២០០៨ ចំនួនប្រជាជននៅក្នុងខេត្តកំពង់ធំមានចំនួន ៦៣១.៤០៩នាក់ ស្មើរនឹង៤,៧ភាគរយនៃចំនួនប្រជាជនសរុបនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា[7]។ ខេត្តនេះមានប្រភពធនធានធម្មជាតិជាច្រើន រួមមានដីដែលមានជីជាតិ និងការផ្គត់ផ្គង់ទឹកដ៏សំបូរបែប ដែលផ្តល់ភាពងាយស្រួលក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលកសិកម្មផ្សេងៗគ្នាជាច្រើន ដូចជា ស្រូវ គ្រាប់ស្វាយចន្ទី សណ្តែក និងកៅស៊ូជាដើម។ ខេត្តនេះក៏មានសក្តានុពលទេសចរណ៍ដ៏សំខាន់ក្នុងការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិទៅកាន់បឹងទន្លេសាប ទន្លេរ ព្រៃ ភ្នំ និងទៅកាន់តំបន់ប្រាសាទបុរាណសំខាន់ៗមួយចំនួនដូចជា ប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក និងប្រាសាទអណ្តែត[7]។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៦ ខេត្តកំពង់ធំបានទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរចំនួន ២០៣.៥២៥ នាក់ (ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិចំនួន ១៨.១៨០ នាក់ និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក ១៨៥.៣៤៥ នាក់)[8]។

លើសពីនេះទៅទៀត សកម្មភាពទេសចរណ៍នៅក្នុងខេត្តកំពង់ធំបានអភិវឌ្ឍន៍ដោយពឹងផ្អែកលើធនធានធម្មជាតិ វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្រ្ត នៅក្នុងប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក ព្រមទាំងតំបន់ដ៏ទៃទៀតនៅក្នុងទីរួមខេត្ត។ បើយោងទៅតាមមជ្ឈមណ្ឌលវប្បធម៌អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក សម្រាប់អង្គការយូនេស្កូ (Asia-Pacific Cultural Centre for UNESCO: ACCU) ប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក (ឥសានបុរៈ) បានសាងសង់ឡើងនៅដើមសតវត្សទីប្រាំពីរក្នុងរជ្ជកាលព្រះបាទឥសានវរម្មន៍ទី១ [9, 10]។ ប្រាសាទនេះត្រូវបានស្ថិតក្នុងរបៀបវារៈបណ្តោះអាសន្ន របស់បេតិកភ័ណ្ឌពិភពលោកតាំងពីឆ្នាំ ១៩៩២ [9, 11] និងត្រូវបានចាត់ចូលក្នុងបញ្ជីបេតិកភ័ណ្ឌ ។

តារាងទី១ ៖ ចំនួននៃភ្ញៀវទេសចរ បានទស្សនានៅប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក ឆ្នាំ ២០១១-២០១៦

ចំនួននៃភ្ញៀវទេសចរបានទស្សនានៅប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក ឆ្នាំ ២០១១-២០១៦				
	២០១១	**២០១៤**	**២០១៥**	**២០១៦**
ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក	៦៦០	៣.៨៦៥	៧.១០៣	១០៨.៦៩៩
ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ	២០៥	២.០៣៣	៣.៤៥៩	១៦.៣០១
សរុប	៨៦៥	៥.៨៩៨	១០.៥៦២	១២៥.០០០

ប្រភព៖ របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំនៃក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈឆ្នាំ ២០១១ ២០១៤-២០១៦ [12] និងមើលផងដែរការសែតដើមអំពិល« ភ្ញៀវទេសចរជាតិនិងអន្តរជាតិជាង ១២០.០០០ នាក់បានមកទស្សនាប្រាសាទសំបូរព្រៃគុកក្នុងឆ្នាំ ២០១៦[8]។

ពិភពលោកនៃអង្គការយូនេសកូ (UNESCO) ដោយគណៈកម្មការបេតិកភ័ណ្ឌពិភពលោកនៅក្នុងកិច្ចប្រជុំដែលធ្វើឡើងនៅទីក្រុងក្រាកៅ(Krakow)នៃប្រទេសប៉ូឡូញ នៅថ្ងៃទី ៨ ខែកក្កដា ឆ្នាំ ២០១៧។

តារាងទី១ បង្ហាញថាចំនួនភ្ញៀវទេសចរដែលបានទស្សនានៅក្នុងតំបន់ប្រាសាទសំបូរព្រៃគុកនៅក្នុងខេត្តកំពង់ធំ បានកើនឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ ការកើនឡើងនៃចំនួនភ្ញៀវទេសចរ ជួយជម្រុញទៅដល់រូបភាពវិជ្ជមាននៃការអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ថ្នាក់ខេត្ត។

ទេសចរណ៍សហគមន៍

សកម្មភាពទេសចរណ៍នៅក្នុងខេត្តកំពង់ធំគឺបានអភិវឌ្ឍឡើងដោយផ្អែកលើធនធានធម្មជាតិ វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្រ្តដែលបានរកឃើញនៅតំបន់សំបូរព្រៃគុក ដែលជាកន្លែងដ៏សំខាន់មួយទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរនៅក្នុងខេត្តកំពង់ធំ និងតំបន់ដែលនៅជុំវិញនោះ។ ការចូលរួមដ៏សកម្មពីសំណាក់សហគមន៍ក្នុងមូលដ្ឋាននៅក្នុងតំបន់ទាំងនេះ អាចរួមចំណែកដល់ការគ្រប់គ្រងអភិរក្សតាមរយៈការអនុវត្តសកម្មភាពការពារបរិស្ថានក៏ដូចជាការផ្តល់នូវចំនូលសម្រាប់ប្រជាជនមូលដ្ឋាន ដែលទទួលបានពីការទទួលភ្ញៀវទេសចរ។

គម្រោងអភិរក្ស និងអភិវឌ្ឍសហគមន៍សំបូរព្រៃគុក គឺជាគម្រោងទេសចរណ៍សហគមន៍ មានសមាជិកចំនួន ៦០០នាក់ នៅក្នុងភូមិចំនួន៧ ដែលផ្តោតលើការការពារសហគមន៍ និងតំបន់ ព្រមទាំងការលក់សេវាទាក់ទងនឹងទេសចរណ៍ដើម្បីបង្កើតប្រាក់ចំណូល។ កម្មវិធីនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយកម្មវិធីស្បៀងអាហារពិភពលោក (World Food Program) នៅក្នុងឆ្នាំ ១៩៩៨ និងក្រោយមកទៀតបានអនុវត្តដោយសកលវិទ្យាល័យវ៉ាសេដា (Waseda University) របស់ប្រទេសជប៉ុន ដែលមានការយល់ព្រមពីអភិបាលខេត្ត និងការសហការជាមួយសហប្រតិបត្តិការបច្ចេកទេសអាល្លឺម៉ង់ (German Technical Cooperation: GTZ)។ ជាមួយនឹងគោលដៅដើម្បីលើកកម្ពស់សកម្មភាពទេសចរណ៍ ដែលមានគោលដៅរួមក្នុងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រនៅក្នុងសហគមន៍ GTZ បានពង្រីកបន្ថែមដៃគូរជាមួយនឹងវិស័យឯកជន ដើម្បីរួមគ្នាកែលំអសេវា និងលើកកម្ពស់នូវការទាក់ទាញរបស់សហគមន៍នៅលើទីផ្សារទេសចរ។ ជាលទ្ធផល សហប្រតិបត្តការនេះបានបង្កើតឡើងនូវគម្រោងទេសចរ ឥសានបុរី (Isanborei Tourism Project)។

គម្រោង**ទេសចរសហគមន៍ឥសានបុរី (Isanborei Community Tourism Project)** គឺជាក្រុមផ្តល់សេវាទេសចរណ៍ក្រៅប្រព័ន្ធមួយនៅក្នុងស្រុកសំបូរ។ គម្រោងនេះគឺជាកម្មវិធីសហប្រតិបត្តិការរវាង GTZ និងមូលនិធិគីរីរាជ្យ(Khiri Reach Foundation) ដែលមានគោលដៅដូចខាងក្រោម៖

- លើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍សហគមន៍នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា
- បង្កើនចំនួនអ្នកទស្សនា និងរយៈពេលស្នាក់នៅជាមធ្យមរបស់ភ្ញៀវទេសចរ នៅប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក និង
- ផ្តល់ព័ត៌មានទៅកាន់ភ្ញៀវទេសចរ និងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ។

តាមរយៈសកម្មភាពរបស់ខ្លួន គម្រោងនេះមានគោលបំណងគាំទ្រ ដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេចរទៅកាន់តំបន់សំបូរព្រៃគុក និងជួយដល់ជីវភាពរស់នៅដល់អ្នកភូមិក្នុងមូលដ្ឋាន។ គម្រោងនេះ គ្រោងនឹងអភិវឌ្ឍន៍ប្រាសាទសំបូរព្រៃគុកទៅជាទិសដៅវប្បធម៌ថ្មីមួយនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលបង្ហាញពីទិដ្ឋភាពផ្សេងគ្នាពីទិសដៅដែលមានស្រាប់។

ភាពសហការ

សកលវិទ្យាល័យវ៉ាសេដា (Waseda University) **របស់ប្រទេសជប៉ុន៖** សកលវិទ្យាល័យបានចាប់ផ្តើមគម្រោងស្រាវជ្រាវធំមួយទាក់ទងនឹងរចនាសម្ព័ន្ធប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក នៅក្នុងឆ្នាំ ១៩៩៨ និងក្រោយមកបានចាប់ផ្តើមធ្វើការជាមួយមន្ទីរវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈខេត្តកំពង់ធំ ដោយបានចាប់ផ្តើមការងារថែរក្សាប្រកបដោយចីរភាព ព្រមទាំងបានរុករកឃើញតំបន់ប្រាសាទបន្ថែមទៀត។ គម្រោងនេះក៏បានផ្តោតផងដែរលើលទ្ធភាពសិក្សាផ្នែកចំនួនបី៖ ការស្រាវជ្រាវ ការការពារ និងការចងក្រងឯកសារ សម្រាប់ប្រតិបត្តិការជួសជុលឡើងវិញនាថ្ងៃអនាគត។ គម្រោងនេះបន្តធ្វើការលើការអភិរក្ស និងការជួសជុលឡើងវិញនូវបំនែកបែកបាក់សំខាន់ៗមួយចំនួននៃប្រាសាទ ដែលបានខូចខាតដោយសារជញ្ជាំងទ្រេត ការបាក់ស្រុតដី និងការប្រេះស្រាំ ។

កិច្ចសហប្រតិបត្តិការបច្ចេកទេសអាល្លឺម៉ង់ (GTZ-PSP) បានអនុវត្តនូវវិធីសាស្ត្រចូលរួមមួយ ដើម្បីស្វែងយល់ពីសក្តានុពលទេសចរណ៍នៅថ្នាក់ខេត្ត និងសហគមន៍នៅក្នុងខេត្តកំពង់ធំ ដែលប្រាសាទសំបូរព្រៃគុកគឺជាឧទាហរណ៍ដ៏ល្អមួយនៃគំនិតផ្តួចផ្តើមសហគមន៍។ កម្មវិធីដែលបានឧបត្ថម្ភដោយ GTZ-PSP រួមមានទាំងការ បណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់មគ្គុទេសទេសចរណ៍ក្នុងមូលដ្ឋាន ការបង្កើតសិប្បកម្មធ្វើដោយដៃ និងទេសចរណ៍សហគមន៍ (community based tourism: CBT) នៅឯសំបូរព្រៃគុក តាមរយៈដៃគូរឯកជន-សារធារណៈ ដែលរួមមានវគ្គបណ្តុះបណ្តាលសេវាទេសចរណ៍សហគមន៍ ការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលទេសចរណ៍សហគមន៍ និងកិច្ចព្រមព្រៀងសម្រាប់លើកកម្ពស់សកម្មភាពវិនិយោគ។ ការគាំទ្រដ៏ទៃទៀតមានដូចជាការបង្កើតបណ្តាញសេវាក្នុងមូលដ្ឋាន និងតភ្ជាប់រវាងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ និងបណ្តាញទេសចរណ៍សហគមន៍របស់ប្រជាជនកម្ពុជា(Cambodian Community-based Ecotourism Network: CCBEN)។

គីរីវាជ្ជ៖ គម្រោងគីរីវាជ្ជ ផ្តោតសំខាន់លើសហគមន៍មូលដ្ឋាន និងការអភិរក្ស ដែលមានគោលបំណងជួយដល់ជនទីទាល់ក្រដើម្បីលើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅរបស់ពួកគេ។ តួនាទីរបស់គីរីវាជ្ជនៅក្នុងគម្រោង

ទេសចរណ៍សហគមន៍នៅសំបូរព្រៃគុក គឺដើម្បីជួយអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ ដែលជាវិធីមួយក្នុងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងថែរក្សាបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌សម្រាប់ប្រជាជនក្នុងមូលដ្ឋាន ដោយការផ្តល់ការគាំទ្រ តាមរយៈទីផ្សារ គ្រប់គ្រងគុណភាព និងការផ្តល់យោបល់អំពីបច្ចេកវិទ្យារួមមានទាំងការបណ្តុះបណ្តាល កាបង្កើតកម្មវិធីផ្ទះស្នាក់ (homestay program) និងការបង្កើតសកម្មភាពផ្លាស់ប្តូរវប្បធម៌។

បណ្តាញសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា (Cambodia Community Based Ecotourism Network CCBEN)៖ បណ្តាញនេះគឺជាបណ្តាញអេកូទេសចរណ៍តែមួយគត់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដែលបានបង្កើតឡើងដើម្បីបម្រើ គាំទ្រ និងលើកកម្ពស់សហគមន៍សម្រាប់ការអភិរក្ស ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងការកសាងសមត្ថភាព។ បណ្តាញនេះធ្វើការជាមួយអង្គការអភិរក្ស និងអភិវឌ្ឍថ្នាក់មូលដ្ឋាន និងថ្នាក់ជាតិ ស្ថាប័នសិក្សា និងក្រុមហ៊ុនឯកជន/ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដែលជាសមាជិក ហើយបានអនុវត្តគម្រោងដែលទាក់ទងនឹងការកសាងសមត្ថភាព និងការធានាគុណភាព ព្រមទាំងទីផ្សារផលិតផលទេសចរណ៍សហគមន៍។

មូលនិធិជប៉ុនដើម្បីកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ (Japan Fund for Poverty Reduction: JFPR) [13]៖ គឺជាគម្រោងធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវការឈានទៅដល់ទីផ្សារសម្រាប់ប្រជាជនក្រីក្រនៅកណ្តាលប្រទេសកម្ពុជា។ ក្នុងឆ្នាំ ២០១១-២០១៤ គម្រោងនេះបានបង្ហាញពីភាពជោគជ័យនៃអត្ថប្រយោជន៍ពីទេសចរណ៍ទៅដល់ប្រជាជនក្រីក្រ ការការពារគុណតម្លៃនៃតំបន់បេតិកភ័ណ្ឌវប្បធម៌ និងការការពារបរិស្ថាន [13, 14]។ គម្រោងនេះគឺត្រូវបានអនុវត្តដោយក្រសួងទេសចរណ៍នៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ និងក្រុមការងារអនុវត្តគម្រោងវិស័យចម្រុះនៅក្នុងខេត្តដែលមានបំណងលើកកម្ពស់ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រនៅក្នុងភូមិចំនួន១១ នៅជិតនិងជុំវិញប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក [13]។

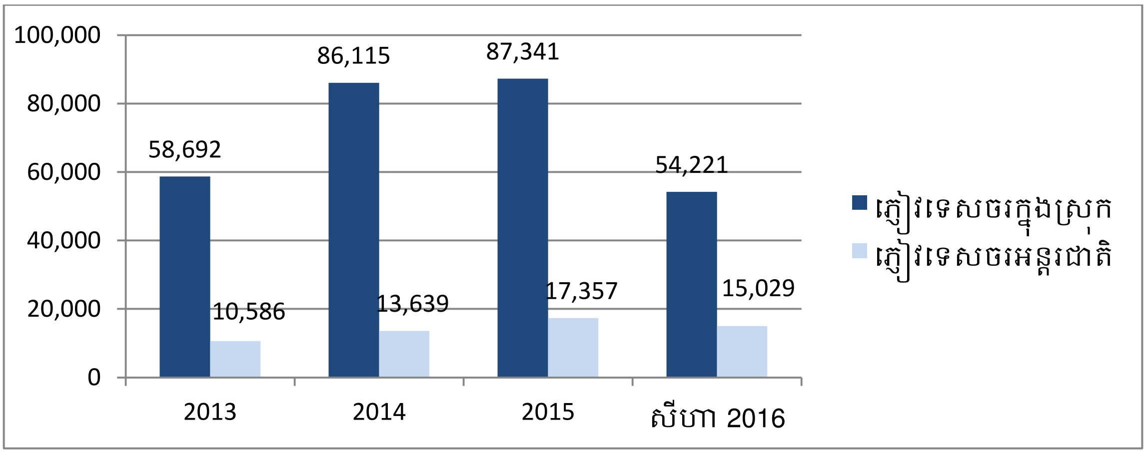
គោលបំណងនៃគម្រោងប្រាសាទសំបូរព្រៃគុកនេះគឺដើម្បីបង្កើនចំនូល និងបង្កើតការងារបន្ថែមទៀតសម្រាប់គ្រួសារក្រីក្រនៅក្នុងមូលដ្ឋានតាមរយៈការបង្កើតផលិតផល និងលក់សិប្បកម្មផលិតដោយដៃ ព្រមទាំងចំនីអាហារនៅតាមមូលដ្ឋាន [13]។ គម្រោងនេះមានកិច្ចសហការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយ ក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាសេដា របស់ប្រទេសជប៉ុន និងសហគមន៍មូលដ្ឋានដើម្បីធានាថារចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារមិនមានផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់ម្ចាស់ដីដែលនៅជិតនោះ ការប្រើប្រាស់របស់សហគមន៍នៅតំបន់មាត់ទន្លេ ការខូចខាតសំណល់បូជនីយដ្ឋាន និងការអភិរក្សព្រៃឈើដែលក្បែរតំបន់នោះ[13, 14]។ លើសពីនេះទៅទៀត ក្រសួងទេសចរណ៍មានការិយាល័យទេសចរណ៍នៅក្នុងខេត្តនេះ ដែលធ្វើការយ៉ាងជិតស្និតជាមួយនឹងការិយាល័យអភិបាលខេត្ត។ ការិយាល័យនេះមានបុគ្គលិកចំនួន ៨៦នាក់ ដែលធ្វើការសំខាន់លើការត្រួតពិនិត្យ និងគ្រប់គ្រង [15]។

២.២ ខេត្តព្រះវិហារ (ប្រាសាទព្រះវិហារ)

ខេត្តព្រះវិហារ មានព្រំប្រទល់ ភាគខាងជើងជាប់នឹងប្រទេសថៃ និងឡាវ។ ខេត្តនេះគឺជាទីតាំងនៃប្រាសាទសំខាន់ចំនួនបីនាសម័យអង្គរ៖ ប្រាសាទព្រះវិហារ[i] ប្រាសសាទកោះកេរ និងប្រាសាទព្រះខ័ណ្ឌកំពង់ស្វាយ [16]។ ក្នុងចំណោមប្រាសាទទាំងនេះ ប្រាសាទព្រះវិហារគឺជាតំបន់ទេសចរណ៍វប្បធម៌ដែលមានអ្នកមកទស្សនាច្រើនជាងគេនៅក្នុងខេត្ត។ ចំនួនប្រជាជននៃខេត្តនេះមាន ២០៨.២៦៣នាក់ នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១១ [16]។ ក្រាហ្វិកទី១ បានបង្ហាញថាចំនួនភ្ញៀវទេសចរបានកើនឡើងចំនួន៦៤ភាគរយ ចាប់ពីឆ្នាំ ២០១៣ ទៅ២០១៥។ ការកើនឡើងនេះមានអត្ថប្រយោជន៍ទាំងសេដ្ឋកិច្ច និងពាណិជ្ជកម្ម ដែលការកើនឡើងនេះបង្ហាញពីការធានាបាននូវសុវត្ថិភាព និងសន្តិសុខក្នុងការមកទស្សនានៅតំបន់នេះ។

អាជ្ញាធរជាតិប្រាសាទព្រះវិហារ បានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ២០០៦ ដើម្បីជួយអភិរក្ស និងលើកកំពស់ប្រាសាទព្រះវិហារ [17]។ ដើម្បីលើកកម្ពស់ដល់ការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍នៅក្នុងខេត្តនេះ នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៤ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាមានផែនការណ៍បង្កើតភូមិថ្មីសម្រាប់អ្នកភូមិដែលបានបោះទីតាំងនៅជុំវិញប្រាសាទព្រះវិហារ[18]។ ភូមិថ្មីនេះគឺបានដាក់ឈ្មោះថា «ភូមិអេកូសម្តេចតេជោ (Samdech Techo Eco-Village)» ។ ជាមួយនឹងការអភិវឌ្ឍន៍ក្រោមកិច្ចសហការជាមួយដៃគូរពាក់ព័ន្ធ និងអង្គការយូនេស្កូ មជ្ឈមណ្ឌលវប្បធម៌បានបង្កើតនៅក្នុងឆ្នាំ ២០០៨នៅក្នុងខេត្តនេះ [19]។ មជ្ឈមណ្ឌលវប្បធម៌ថ្មីត្រូវបានដាក់ឈ្មោះថា «សារៈមន្ទីរអេកូសកល»។

ក្រាហ្វិក ទី១ ៖ ចំនួនភ្ញៀវទេចរនៅប្រាសាទព្រះវិហារ ចាប់ពីឆ្នាំ ២០១៣- ខែ សីហា ឆ្នាំ ២០១៦



ប្រភព៖អាជ្ញាធរជាតិប្រាសាទព្រះវិហារ ២០១៣ - ខែសីហា ឆ្នាំ ២០១៦[17, 18]។

---

[i] ប្រាសាទព្រះវិហារ ត្រូវបានកសាងឡើងនៅចុងសតវត្សទី១០ ដោយក្សត្រខ្មែរចំនួនបួនអង្គ ហើយត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាតំបន់បេតិកភ័ណ្ឌពិភពលោកបច្ចុប្បន្ន។ ប្រាសាទព្រះវិហារ ត្រូវបានដាក់ចូលជាបេតិកភ័ណ្ឌពិភពលោកដោយអង្គការយូនេស្កូ នៅថ្ងៃទី៨ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ ២០០៨។

ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ ២០១២-២០២០ បង្ហាញពីចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់ និងវែងឆ្ងាយសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍នៅក្នុងខេត្តកំពង់ធំ និងព្រះវិហារ ដោយផ្តោតសំខាន់លើសក្តានុពលនៃធនធានវប្បធម៌ និងធម្មជាតិ។ ទេសចរណ៍វប្បធម៌បានកំណត់ជាផ្នែកអាទិភាពក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ នៃខេត្តទាំងពីរនេះ រួមគ្នាជាមួយការលើកកម្ពស់អេកូទេសចរណ៍ដែលជាចក្ខុវិស័យ និងគោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីដែលរួមចំណែកក្នុងការការពារបេតិកភ័ណ្ឌពិភពលោក។ រាជរដ្ឋាភិបាលបានខិតខំប្រឹងប្រែងយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការការពារ និងការអភិវឌ្ឍន៍ខេត្តទាំងពីរនេះ។

៣.ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រវិស័យទេសចរណ៍

៣.១ ផែនការអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍

ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ឆ្នាំ២០១២-២០២០ ត្រូវបានបង្កើតឡើងជាក្របខ័ណ្ឌយុទ្ធសាស្ត្រទូទៅដើម្បីកំណត់ចក្ខុវិស័យ គោលការណ៍ គោលបំណង និងផែនការសំខាន់ៗក្នុងការគ្រប់គ្រង និងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ក្នុងន័យនេះ ចក្ខុវិស័យចម្បងនៃវិស័យទេសចរណ៍ គឺដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ធម្មជាតិនិងវប្បធម៌ ដោយមានការទទួលខុសត្រូវ និងនិរន្តរភាព រួមចំណែកដល់កំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គម បង្កើតការងារ និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ [20]។ យោងតាមចក្ខុវិស័យនេះ ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ផ្តោតអាទិភាពទៅលើបរិមាណនិងគុណភាពនៃផលិតផល ឬគោលដៅទេសចរណ៍ ដែលរួមមាន ទេសចរណ៍វប្បធម៌ ទេសចរណ៍ធម្មជាតិសហគមន៍ ទេសចរណ៍កម្សាន្តឬកីឡា ដោយប្រើប្រាស់សមត្ថភាពដែលមានស្រាប់ រួមជាមួយនឹងការធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវការប្រកួតប្រជែងតម្លៃវប្បធម៌កម្ពុជាទៅតាមកម្រិតថ្នាក់តំបន់ និងអន្តរជាតិ។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានដាក់ចេញនូវគោលដៅទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរណ៍អន្តរជាតិប្រមាណ ៦,៨លាននាក់ក្នុងឆ្នាំ២០១៨ និង ៧លាននាក់នៅឆ្នាំ ២០២០ ដែលកើនឡើងពី ៥,៧លាននាក់ក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ ដូចដែលបង្ហាញក្នុងតារាងទី២។ ប្រសិនបើគោលដៅនេះត្រូវបានសម្រេច សេដ្ឋកិច្ចនឹងរកប្រាក់ចំណូលបាន ៥៣ពាន់លានដុល្លារពីវិស័យនេះ។ ដើម្បីធានាបាននូវលទ្ធផលនេះ ទិសដៅសំខាន់ៗត្រូវបានដាក់ចេញតាមរយៈផែនការសកម្មភាពសង្ខេបដូចខាងក្រោមៈ

១. លើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍ និងគុណភាពផលិតផល ទេសចរណ៍
   - ក. លើកកំពស់ផលិតផលទេសចរណ៍ដើម្បីឈានដល់កម្រិតស្តង់ដារអន្តរជាតិ និងធ្វើឱ្យប្រទេសកម្ពុជាក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍លំដាប់ពិភពលោក
   - ខ. ជម្រុញទាំងការវិនិយោគសាធារណៈ និងឯកជនក្នុងផលិតផលទេសចរណ៍ និងការគាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ

គ. ធ្វើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ក្លាយទៅជាវិស័យនាំចេញដែលជាការរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការពន្លឿនការអនុវត្តគោលនយោបាយនាំចេញរបស់កម្ពុជា

២. ពង្រឹងផ្នែកទីផ្សារនិងការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍

ក. បង្កើតផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងការផ្សព្វផ្សាយសំរាប់រយៈពេលវែងនិងមធ្យម តាមទីផ្សារអាទិភាពនីមួយៗ

ខ. កសាងសមត្ថភាពនិងប្រសិទ្ធភាពនៃការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ

គ. បន្តការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សដើម្បីបម្រើការងារផ្នែកទីផ្សារ និងការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍

ឃ. បង្កើតនិងពង្រឹងសកម្មភាពការិយាល័យតំណាងទេសចរណ៍ទៅតាមទីផ្សារសំខាន់ៗ

៣. ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវមធ្យោបាយធ្វើដំណើរ ការដឹកជញ្ជូន និងការតភ្ជាប់ក្នុងតំបន់ និងអន្តរជាតិ

៤. លើកកម្ពស់សុវត្ថិភាពទេសចរណ៍និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់បរិស្ថាន សង្គម វប្បធម៌ និងសេដ្ឋកិច្ច

៥. ពង្រឹងប្រព័ន្ធច្បាប់និងយន្តការគ្រប់គ្រង

៦. លើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស

តារាងទី២: សូចនាករទេសចរណ៍សំខាន់ៗ (២០១៤ ២០១៨)

សូចនាករ	ឯកតា	២០១៤	២០១៥	២០១៦	២០១៧	២០១៨
ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ	លាននាក់	៤,៧	៥,២	៥,៧	៦,១	៦,៨
ភ្ញៀវទេសចរជាតិ	លាននាក់	៨,៧	៩,០	៩,៣	៩,៥	៩,៨
ការងារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍	ពាន់នាក់	៤២៥	៤៥៥	៥០០	៥៥០	៦០០
ចំណូលពីវិស័យទេសចរណ៍	លានរៀល	២.៨០២	៣.០៥៤	៣.៣៥៩	៣.៧២៩	៤.១៣៩
ការស្នាក់នៅ	បន្ទប់	៥០.៣២៨	៥៣.៨៥១	៥៧.៦២១	៦១.០៧៨	៦៤.១៣២

ប្រភព៖ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ ២០១៤ ២០១៨ [23, p.166]

៣.២ ផែនការអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍វប្បធម៌

តាមរយៈទំនាក់ទំនងយ៉ាងជិតស្និទរវាងវិស័យទេសចរណ៍និងវប្បធម៌ ការថែរក្សានិងលើកកម្ពស់បេតិកភណ្ឌនិងប្រពៃណីនៅតែបន្តជាអាទិភាពខ្ពស់។ ក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈមានគោលដៅធានានូវការអភិរក្សនិងការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាពនៃបេតិកភណ្ឌ និងលើកកម្ពស់ការច្នៃប្រឌិតក្នុងវិស័យសិល្បៈ ឧស្សាហកម្មវប្បធម៌ និងសហគ្រិនភាពវប្បធម៌។ ជាមួយនឹងគោលការណ៍ណែនាំរបស់អនុសញ្ញាវប្បធម៌អង្គការយូនីស្កូ (UNESCO) ក្រសួងគ្រោងនឹងអនុវត្តសកម្មភាពដូចខាងក្រោម [21]:

- ធ្វើឱ្យប្រទេសកម្ពុជាក្លាយជាគោលដៅផ្សព្វផ្សាយផលិតផលវប្បធម៌
- ថែរក្សាតំបន់បេតិកភ័ណ្ឌ
  - ចុះឈ្មោះ អភិរក្ស និងបង្ហាញតំបន់បេតិកភណ្ឌ ជាពិសេសតំបន់សំខាន់ៗដែលនៅដាច់ស្រយាល រួមមានប្រាសាទសម្បូរព្រៃគុក ប្រាសាទបន្ទាយឆ្មារ និងប្រាសាទព្រះខាន់កំពង់ស្វាយ។
  - ពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់មន្ត្រី តាមរយៈកិច្ចសហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ជាពិសេសអាជ្ញាធរអប្សរាជាតិ និងអាជ្ញាធរព្រះវិហារ។
  - ជម្រុញការចូលរួមពីសាធារណជនក្នុងការអភិរក្សបេតិកភ័ណ្ឌ។
- ពង្រឹងសមត្ថភាពស្ថាប័ន និងភាពជាដៃគូ
  - ពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពក្នុងការផ្ដល់សេវាវប្បធម៌។
  - បង្កើនការត្រួតពិនិត្យលើបទបញ្ញាច្បាប់ដែលមានស្រាប់ និងបង្កើតបទបញ្ញាថ្មីៗ
  - បន្តការលើកទឹកចិត្តដល់ការអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពរបស់មន្ត្រីជំនាញ។
  - គាំទ្រការអប់រំសិល្បៈ ដោយសហការជាមួយក្រសួងអប់រំយុវជននិងកីឡា ការបណ្ដុះបណ្ដាលវិជ្ជាជីវៈដល់សិល្បករ អ្នកអនុវត្ត និងអ្នកជំនាញផ្សេងទៀតក្នុងវិស័យវប្បធម៌។
  - បង្កើតគោលការណ៍ណែនាំស្ដីពីការវាយតម្លៃលើការអនុវត្ត។
- បង្កើនការលើកកម្ពស់ការសម្ដែងសិល្បៈ និងការផ្សព្វផ្សាយដើម្បីពង្រឹងកម្ពុជាឲ្យជាគោលដៅវប្បធម៌
- ធ្វើឱ្យប្រទេសកម្ពុជាក្លាយជាទិសដៅ នៃការថតភាពយន្តបរទេស។

៣.៣ ភាគីពាក់ព័ន្ធ

កម្មវិធីគាំទ្រវិស័យទេសចរណ៍របស់ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី (ADB)

កម្មវិធីគាំទ្ររបស់ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ីរួមមានកម្ចីសម្បទាន ជំនួយឥតសំណង និងជំនួយបច្ចេកទេសសម្រាប់ការគាំទ្រដល់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសាធារណៈទាក់ទងនឹងវិស័យទេសចរណ៍ និងការកសាងសមត្ថភាពចាប់ពីឆ្នាំ២០០៣ ដល់ឆ្នាំ ២០១៤ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទេសចរណ៍របស់មហាអនុតំបន់ទន្លេមេគង្គ (Greater Mekong Subregion) ចាប់ពីឆ្នាំ ២០១៤ [22]។ កម្មវិធីគាំទ្ររបស់ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ីគឺស្របជាមួយគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍សង្គម និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ីឆ្នាំ ២០២០ ។ ក្រោមកម្មវិធីនេះ គម្រោងទេសចរណ៍របស់មហាអនុតំបន់ទន្លេមេគង្គ ត្រូវបានរៀបចំឡើងដើម្បីលើកកំពស់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងសេវាកម្មបរិស្ថាននៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ និងពង្រឹងសមត្ថភាពរាជរដ្ឋាភិបាល និងវិស័យឯកជនដើម្បីជម្រុញការវិនិយោគវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់។ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទេសចរណ៍មហាអនុតំបន់ទន្លេមេគង្គសម្រាប់គម្រោងអភិវឌ្ឍន៍សំរាប់ទាំងអស់គ្នា នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ឡាវ និងវៀតណាមបានសង្កត់ធ្ងន់លើការបង្កើនការតភ្ជាប់រវាងទីក្រុង និងជនបទ ការពង្រឹងការផ្សារភ្ជាប់ទីផ្សារ និងការផ្ដល់

ការងារដល់កម្មករ ដែលមានជំនាញតិចតួច និងអ្នកគ្មានជំនាញដែលរស់នៅច្រករបៀងនៃមហាអនុតំបន់ទន្លេមេគង្គ។

វិស័យឯកជន

ដោយទទួលស្គាល់តួនាទីសំខាន់ៗរបស់វិស័យឯកជនក្នុងការវិនិយោគនិងការផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារ អង្គភាពទេសចរណ៍ជាតិនានា បានសម្របសម្រួលការធ្វើផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងកិច្ចពិភាក្សាគោលនយោបាយជាមួយសហគ្រាសឯកជន និងភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលផ្សេងៗ តាមរយៈក្រុមប្រឹក្សាផ្តល់យោបល់លើវិស័យទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិ ក្រុមការងារក្នុងវិស័យ និងសមាគមឧស្សាហកម្មរួមមានដូចជា:

១. សមាគមន៍ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍កម្ពុជា (ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ចំនួន១៩៧): ផ្តោតលើការតស៊ូមតិដើម្បីកំណើនទេសចរណ៍ សេវាកម្មទេសចរណ៍ជាយុទ្ធសាស្ត្រ និងទំនាក់ទំនងជាតិនិងអន្តរជាតិ និងសំដៅលើកំណើនសេដ្ឋកិច្ចប្រកបដោយនិរន្តរភាពសម្រាប់ផលប្រយោជន៍រយៈពេលវែងរបស់ទេសចរណ៍និងប្រជាជនកម្ពុជា។

២. ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលផ្នែកទីផ្សារនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជា: បង្កើតបែបបទស្របច្បាប់សម្រាប់ភាពជាដៃគូរវាងវិស័យសាធារណៈ និងឯកជន

៣. សមាគមន៍សណ្ឋាគារកម្ពុជា (មានសមាជិក ៩៤ ភាគច្រើនជាសណ្ឋាគារធំៗ និងសហគ្រាសទាក់ទងនឹងបដិសណ្ឋារកិច្ច):

ក. ធ្វើការជាតំណាងរួមអោយឧស្សាហកម្មសណ្ឋាគារ លើកកម្ពស់ការតស៊ូមតិ ទីផ្សារ និងការផ្សព្វផ្សាយ

ខ. ធ្វើការជាមួយរដ្ឋាភិបាលដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាដែលប៉ះពាល់ដល់អាជីវកម្មសណ្ឋាគារនិងទេសចរណ៍ជាទូទៅ

គ. លើកទឹកចិត្តដល់ការអនុវត្តល្អៗ តាមរយៈសិក្ខាសាលា វេទិកា និងឱកាសបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីអភិវឌ្ឍ និងពង្រឹងឧស្សាហកម្មសណ្ឋាគារនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

៤. បញ្ហាប្រឈម

ខណៈពេលដែលមានភាពជឿនលឿនក្នុងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែង លើកកម្ពស់សុវត្ថិភាព និងសន្តិសុខទេសចរណ៍ ការបើកចំហជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ សុខភាព និងអនាម័យនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ និងការជឿនលឿននូវបច្ចេកវិទ្យាព័តមាននិងទំនាក់ទំនង វិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជានៅតែប្រឈមនឹងឧបសគ្គធំៗមួយចំនួន ដូចជាកង្វះហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ កង្វះខាតកម្លាំងពលកម្មទេសចរណ៍ដែលមានជំនាញ កង្វះការការពារធនធានធម្មជាតិនិងវប្បធម៌ និងភាពទន់ខ្សោយបរិយាកាសអាជីវកម្ម [22]។

៤.១ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធវិស័យទេសចរណ៍

កង្វះខាតស្តង់ដារទាំងផ្នែកផលិតផលនិងសេវាកម្ម

សកម្មភាពទេសចរណ៍ត្រូវបានផ្តោតខ្លាំងនៅក្នុងមជ្ឈមណ្ឌលទេសចរណ៍ចំបងមួយចំនួន ដែលមានទំនាក់ទំនងតិចតួចទៅនឹងតំបន់ទេសចរណ៍វប្បធម៌ផ្សេងទៀត។ ឧទាហរណ៍ បន្ទប់សណ្ឋាគារ និងផ្ទះសំណាក់ភាគច្រើនមានទីតាំងនៅជុំវិញខេត្តសៀមរាប រាជធានីភ្នំពេញ និងក្រុងព្រះសីហនុ ខណៈដែលសេវាទាំងនោះនៅមានកម្រិត នៅតំបន់មួយចំនួន និងនៅតំបន់ទេសចរណ៍ជនបទភាគពាយ័ព្យនៃប្រទេស រួមមានកំពង់ធំ, បាត់ដំបង បន្ទាយមានជ័យ និងព្រះវិហារ [2]។ កង្វះខាតស្តង់ដារក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ទាំងផ្នែកផលិតផលនិងសេវាកម្ម គឺជាបញ្ហាប្រឈមមួយក្នុងការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ [23]។ ទោះបីជាសេវាសណ្ឋាគារ និងភោជនីយដ្ឋានមានតម្លៃទាបក៏ដោយ ក៏បញ្ហាគុណភាព និងអនាម័យម្ហូបអាហារនៅតែកើតមាន ដោយសារតែខ្វះនូវប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យត្រឹមត្រូវមួយ ដើម្បីធ្វើតេស្តគុណភាពអាហារស្របតាមស្តង់ដារអន្តរជាតិ [2, 23]។ តារាងទី៣ បង្ហាញពីស្ថានភាពកម្ពុជា ធៀបជាមួយនឹងប្រទេសក្នុងតំបន់ ពីភាពប្រកួតប្រជែងការធ្វើដំណើរនិងទេសចរណ៍ឆ្នាំ២០១៧។ តួលេខនេះបង្ហាញថាកម្ពុជាមានពិន្ទុទាបជាងពិន្ទុមធ្យមក្នុងតំបន់ទៅលើផ្នែកសុខភាពនិងអនាម័យ [23]។

ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ីបានបង្ហាញថា "ការបាត់បង់ចំនួលសេដ្ឋកិច្ចប្រចាំឆ្នាំដែលបណ្តាលមកពីចំនួនអ្នកទស្សនាទាបជាងមុន និងការកាត់បន្ថយការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរដែលមានជំងឺទាក់ទងនឹងអនាម័យមិនល្អ[គឺប្រហែល] ៧៣.៧ លានដុល្លារនៅកម្ពុជា[24, 18]។ លើសពីនេះទៀត ការធ្លាក់ចុះប្រាក់ចំណូលដោយសារតែការនាំចូលចំណីអារហារពីបរទេសដើម្បីបំពេញតម្រូវការទេសចរណ៍ រួមមានចំណីអាហារអាហារកសិឧស្សាហកម្ម និងកម្លាំងពលកម្ម កំពុងរារាំងដល់ការរួមចំណែករបស់វិស័យនេះទៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ច។ ការខាតបង់ត្រូវបានគេប៉ាន់ប្រមាណថាមានប្រហែល ២៥ភាគរយនៃចំណូលសរុបរបស់វិស័យទេសចរណ៍ [22]។

សមត្ថភាពក្នុងការគ្រប់គ្រង និងការផ្សព្វផ្សាយនៅមានកម្រិត

ក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈ បានបង្ហាញថាបញ្ហាប្រឈមក្នុងការគ្រប់គ្រងវិស័យវប្បធម៌រួមមាន [23]:

- ការបំផ្លិចបំផ្លាញប្រាសាទបុរាណនៅតំបន់ឆ្ងាយៗ ដោយសារតែខ្វះការយល់ដឹងពីសំណាក់វិនិយោគិន និងប្រជាជន ដោយសារលទ្ធភាពនៃការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានរបស់មន្ត្រីវប្បធម៌ថ្នាក់ស្រុកនៅមានការយឺតយ៉ាវ ជាហេតុនាំឲ្យការទប់ស្កាត់ពុំទាន់ពេល។
- បទដ្ឋានគតិយុត្តក្នុងការគ្រប់គ្រងវប្បធម៌ និងការអនុវត្តន៍នៅមានកម្រិត ដោយសារប្រព័ន្ធការិយាល័យធិបតេយ្យនៅថ្នាក់ក្រសួង។

- សមត្ថភាពក្នុងការលើកកម្ពស់វប្បធម៌ និងការចែករំលែកព័ត៌មាននៅមានកម្រិត ដោយសារទំហំការងារវប្បធម៌ទូទាំងប្រទេសមានវិសាលភាពធំ បើប្រៀបធៀបនឹងធនធានដែលមានជាក់ស្តែង។

៤.២ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវ័ន្ត

ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូនផ្លូវអាកាស និងផ្លូវថ្នល់នៅតែជាបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់ការលើកកម្ពស់វិស័យទេសចរណ៍ ដោយសារចំណុចមួយចំនួន។ ចំណុចទីមួយ បញ្ហានៃការតភ្ជាប់ជើងហោះហើរ មានបញ្ហាចម្បងៗបី គឺ: ១)មិនមានជើងហោះហើរដោយផ្ទាល់ពីទីផ្សារទេសចរណ៍ឆ្ងាយៗ ២)វិសាលភាពនៃក្រុមហ៊ុនហោះហើរនិងការភ្ជាប់ជើងហោះហើរក្នុងស្រុក នៅមានកម្រិត ព្រោះមិនទាន់មានជើងហោះហើរក្នុងស្រុកទៅខេត្តកំពង់ធំនិងប្រាសាទព្រះវិហារនៅឡើយ ដែលផ្តល់ការពិបាកដល់អាជ្ញាធរ/សហគមន៍ក្នុងតំបន់ក្នុងការធ្វើការផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារដោយខ្លួនឯងក្នុងកញ្ចប់ទេសចរណ៍នានា និង ៣)ការហោះហើរមានរយៈពេលយូរ និងថ្លៃសំបុត្រយន្តហោះខ្ពស់បើប្រៀបធៀបទៅនឹងទិសដៅដទៃទៀតក្នុងតំបន់ ជាពិសេសនៅក្នុងរដូវវិស្សមកាល [22]។

តារាងទី៣៖ សន្ទស្សន៍ភាពប្រកួតប្រជែងការធ្វើដំណើរនិងទេសចរណ៍២០១៧, កម្ពុជានិងប្រទេសក្នុងតំបន់

		ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ			បរិយាកាសបង្កលក្ខណងាយស្រួលទូទៅ	
ប្រទេស	ចំណាត់ថ្នាក់ជាសកល[a]	ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូនផ្លូវអាកាស[b]	ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូនផ្លូវគោកនិងកំពង់ផែ	ហេដ្ឋារចនា-សម្ព័ន្ធសេវាទេសចរណ៍	សុខភាព និងអនាម័យ	ធនធានមនុស្សនិងទីផ្សារពលកម្ម
កម្ពុជា	១០១	២.១	២.៤	២.៩	៤.0	៤.១
ឥណ្ឌូនេស៊ី	៤២	៣.៨	៣.២	៣.១	៤.៣	៤.៦
ឡាវ	៩៤	២.១	២.៤	៣.៥	៤.៣	៤.៦
ម៉ាលេស៊ី	២៦	៤.៥	៤.៤	៤.៧	៥.២	៥.២
ហ្វីលីពីន	៧៩	២.៧	២.៥	៣.៤	៤.៨	៤.៨
សិង្ហបុរី	១៣	៥.៣	៦.៣	៥.៤	៥.៥	៥.៦
ថៃ	៣៤	៤.៦	៣.១	៥.៨	៤.៩	៤.៩
វៀតណាម	៦៧	២.៨	៣.១	២.៦	៥.0	៤.៩
អាស៊ីអាគ្នេយ៍ ជាមធ្យម		**៣.៤**	**៣.៥**	**៣.៩**	**៤.៨**	**៤.៨**

ប្រភព៖ របាយការណ៍ភាពប្រកួតប្រជែងការធ្វើដំណើរនិងទេសចរណ៍២០១៧ [23]

សម្គាល់៖ [a] ចំណាត់ថ្នាក់ជាសកល (ក្នុងចំណោម136ប្រទេស)៖ ១-១៣៦, លេខកាន់តែតិចបង្ហាញថាការអនុវត្តកាន់តែល្អ

[b] តួលេខ៖ ១-៧, លេខកាន់តែខ្ពស់បង្ហាញថាការអនុវត្តកាន់តែល្អ

ចំណុចទីពីរ ច្រកចេញចូលតាមបណ្តាខេត្តមួយចំនួនមិនទាន់មានទីតាំងនិងសេវាកម្មបដិសណ្ឋារកិច្ចគ្រប់គ្រាន់ ដូចជាអគារអ្នកដំណើរ និងមជ្ឈមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍។ ចំនុចទីបី ផ្លូវថ្នល់សំរាប់ភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងការធ្វើដំណើររវាងទីក្រុង និងជនបទនៅមិនគ្រប់គ្រាន់សំរាប់បំពេញតម្រូវការ ដោយសារតែការផ្តល់មូលនិធិសម្រាប់ការសាងសង់និងការថែទាំ និងដង់ស៊ីតេប្រជាជននៅក្នុងតំបន់ជនបទមានកម្រិតទាប។ បញ្ហាហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដែលពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗទៀតរួមមាន ថ្លៃអគ្គិសនីខ្ពស់សម្រាប់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និង នៅក្នុងមជ្ឈមណ្ឌលទេសចរណ៍ ការខ្វះខាតផ្លូវថ្នល់ដែលមានការថែទាំ អនាម័យ ការការពារទឹកជំនន់ និងការផ្គត់ផ្គង់ទឹកស្អាតមិនគ្រប់គ្រាន់ [22, 24] ។

៤.៣ ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍

វិស័យទេសចរណ៍ ដែលជាវិស័យតំរូវការជំនាញខ្ពស់និងមធ្យម បានផ្តល់ការងារប្រហែល ៩៨០.០០០ នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ និងត្រូវបានព្យាករណ៍ថានឹងកើនឡើង ៩,១% នៅឆ្នាំបន្ទាប់។ ការកើនឡើងចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍បរទេសនេះនឹងបង្កើនតម្រូវការកម្លាំងពលកម្មជំនាញក្នុងវិស័យទេសចរណ៍និងបដិសណ្ឋាកិច្ច។ អង្គភាពពាក់ព័ន្ធក្នុងឧស្សាហកម្មនេះបានរាយការណ៍ថាកង្វះខាតកម្លាំងពលកម្មដែលបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលគឺជាឧបសគ្គចម្បងមួយ ក្នុងការជំរុញការប្រកួតប្រជែង និងគុណភាពសេវាកម្មផ្នែកទេសចរណ៍ [2]។ ខណៈពេលដែលការបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកគ្រប់គ្រងសណ្ឋាគារ ត្រូវបានផ្តល់ជូននៅតាមសាកលវិទ្យាល័យមួយចំនួនក្នុងប្រទេស ការបណ្តុះបណ្តាលនៅកម្រិតបច្ចេកទេស/វិជ្ជាជីវៈនៅមានកម្រិត [24]។ រាជរដ្ឋាភិបាលបានរាយការណ៍ថាចំនួនសាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទេសចរណ៍ មិនគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់បណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្សដើម្បីត្រៀមលក្ខណៈទទួលភ្ញៀវទេសចរណ៍ពី ៤ ទៅ ៦ លាននាក់ដែលត្រូវការកម្លាំងពលកម្មដែលមានជំនាញប្រមាណ ៥០០.០០០ ទៅ ៧០០.០០០ នាក់ [20] ។ លើសពីនេះមានការខ្វះមន្ត្រីរាជការដែលមានវិជ្ជាជីវៈសមស្រប ជាពិសេសនៅមន្ទីរវប្បធម៌ តាមស្រុកនិងឃុំ [25]។

៤.៤ វិស័យឯកជន

វិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា ក៏ដូចជានៅខេត្តកំពង់ធំនិងប្រាសាទព្រះវិហារដែរ ត្រូវបានបែងចែកជាសកម្មភាពតូចៗ ដែលរាប់បញ្ចូលទាំងអាជីវកម្មខ្នាតតូចជាលក្ខណៈគ្រួសារ ដែលផ្តល់សេវាការស្នាក់នៅការដឹកជញ្ជូន និងសេវាពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗទៀត។ លើសពីនេះទៀត ការមិនអនុលោមតាមបទដ្ឋានគុណភាពសម្រាប់អនាម័យម្ហូបអាហារ និង សម្ភារៈប្រើប្រាស់ គឺជាឧបសគ្គសំខាន់មួយ។ ដូចគ្នានេះដែរ សមាគមឧស្សាហកម្មមួយចំនួន ដូចជាសមាគមសណ្ឋាគារកម្ពុជា និងសមាគមភោជនីយដ្ឋានកម្ពុជា ភាគច្រើនជាតំណាងឱ្យសហគ្រាសធំៗ។ វិស័យឯកជន ជាពិសេសសហគ្រាសខ្នាតតូច កំពុងប្រឈមមុខនឹងការលំបាកក្នុងការចរចារជាមួយនឹងរាជរដ្ឋាភិបាល ទាក់ទងនឹងបញ្ហាទេសចរណ៍ដោយសារតែកង្វះនូវការសហការ។

ដូច្នេះ ភាពជាដៃគូរវាងវិស័យសាធារណៈនិងឯកជនដែលមានប្រសិទ្ធិភាព និងអាចទុកចិត្តបាន គឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ដើម្បីធានាឱ្យមានការសហការគ្នានៅក្នុងវិស័យឯកជន ក៏ដូចជារវាងភ្នាក់ងារវិស័យឯកជននិងសាធារណៈផងដែរ។

៥. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

អត្ថបទស្រាវជ្រាវសង្ខេបនេះ សិក្សាអំពីការជម្រុញវិស័យទេសចរណ៍វប្បធម៌កម្ពុជា ជាពិសេសនៅខេត្តកំពង់ធំ និងព្រះវិហារ ដោយពិនិត្យមើលឡើងវិញនូវការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងបញ្ហាប្រឈម។ ក្នុងរយៈពេលមួយទសវត្សរ៍កន្លងមកនេះ វិស័យទេសចរណ៍បានដំណើរការយ៉ាងល្អ ដោយសារតែភ្ញៀវអន្តរជាតិនិងប្រាក់ចំណូលបានកើនឡើង។ អ្នកទេសចរណ៍សរុបដែលបានទៅទស្សនាប្រាសាទសម្បូរព្រៃគុកបានកើនឡើងខ្លាំងក្នុងរយៈពេល ៥ ឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ចាប់ពី ៨៦៥ នាក់ក្នុងឆ្នាំ ២០១១ ដល់ ១២៥.០០០ នាក់ក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ ចំណែកភ្ញៀវចូលទស្សនាប្រាសាទព្រះវិហារកើនឡើងប្រមាណ ៥០ ភាគរយ ពី ៧០.០០០ នាក់ដល់ ១០៥.០០០ នាក់ក្នុងឆ្នាំ ២០១៣ និង ២០១៥ ។ ដើម្បីជម្រុញដល់វិស័យទេសចរណ៍វប្បធម៌ រាជរដ្ឋាភិបាលបានអនុវត្តគោលនយោបាយយុទ្ធសាស្ត្រជាច្រើន រួមមានការបង្កើនគុណភាពផលិតផល និងសេវាកម្ម ការអភិរក្សតំបន់បេតិកភណ្ឌ និងការបង្កើនសមត្ថភាពស្ថាប័ននិងភាពជាដៃគូ។

ថ្វីបើមានវឌ្ឍនភាពច្រើនយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏វិស័យទេសចរណ៍វប្បធម៌នៅតែប្រឈមនឹងបញ្ហាមួយចំនួន។ ការកែលម្អស្តង់ដារគុណភាព ជាពិសេសសម្រាប់គុណភាពចំណីអាហារ និងអនាម័យ អាចជាអាទិភាពចម្បងមួយ។ លើសពីនេះទៀត ដើម្បីធានាការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយចីរភាព សកម្មភាពទេសចរណ៍អាចត្រូវបានបែងចែកតាមតំបន់បេតិកភណ្ឌនានា ដែលផ្សារភ្ជាប់ការចូលរួមរបស់សហគមន៍ជនបទ និងទីក្រុង ជាជាងការប្រមូលផ្តុំតែនៅតំបន់ទេសចរណ៍ធំៗមួយចំនួន។ សកម្មភាពនេះអាចសម្រេចបានតាមរយៈ ការជម្រុញភាពជាដៃគូរវាងវិស័យឯកជននិងសាធារណៈ (P3) និងការយកចិត្តទុកដាក់លើកកម្ពស់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូននិងទេសចរណ៍។

ឯកសារយោង

1. Royal Government of Cambodia (2012). Tourism Strategic Development Plan 2012-2020. Phnom Penh: Ministry of Tourism.
2. World Economic Tourism Council. (2017). Travel and Tourism: Economic Impact 2017 Cambodia.
3. Ministry of Commerce. (2014). Cambodia Trade Integration Strategy 2014-2018. Phnom Penh: Cambodia CTIS
4. Nika, C. (2015). PM: Cultural Tourism Constitutes 80% of Cambodia's Tourism *AKP*.
5. Nelson, A. (2015). Full speech: UNWTO secretary general at the first ever joint tourism and culture conference with UNESCO. *eTurbo News*.
6. Ministry of Tourism. (2016). Tourism Statistics Report. Phnom Penh: Ministry of Tourism. Statistics and Tourism Information Department.
7. National Institute of Statistics (2013). Economic Census of Cambodia 2011 Provincial Report: 06 Kampong Thom Province, Phnom Penh, Cambodia.
8. សុខរិទ្ធ, ប. ន. (2017). ភ្ញៀវជាតិ និងអន្តរជាតិជាង ១២ម៉ឺននាក់ ទៅទស្សនាប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក ក្នុងឆ្នាំ២០១៦. គេហទំព័រដើមអំពិល.
9. UNESCO. *Groupe de Sambor Prei Kuk* [Online]. Available: http://whc.unesco.org/en/tentativelists/61/ [Accessed 29 June 2017].
10. USAID (2010). KAMPONG THOM: Untapped Commercial Potential. Phnom Penh, Cambodia.
11. Asia-Pacific Cultural Centre for UNESCO (2013). ACCU Nara International Correspondent: The Twelfth Regular Report.
12. ក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ (២០១២). របាយការណ៍លទ្ធផលការងារ និងវិចិត្រសិល្បៈ២០១១.
13. Ministry of Tourism. (2012). *Speech H.E Dr. Thong Khon at the Launching Ceremony of “Ke” Brand Usage on Cambodian Handicrafts* [Online]. Phnom Penh, Cambodia: Ministry of Tourism,. [Accessed 4th July 2017].
14. Sokun, S. (2015). Community-based Tourism Development in Cambodia *9th UNWTO ASIA/PACIFIC EXECUTIVE TRAINING PROGRAMME ON TOURISM POLICY AND STRATEGY* Phillipine Ministry of Tourism of Cambodia.
15. Sambor Prei Kuk Conservation Project (2015). Report on the Activities Working Progress of the Conservation Work in July, 2015
16. Cambodia Investment. (2014). *Preah Vihear Province* [Online]. Phnom Penh. Available: http://www.cambodiainvestment.gov.kh/content/uploads/2014/03/Preah-Vihear-Province_eng.pdf [Accessed 5 July 2017].
17. អាជ្ញាធរជាតិព្រះវិហារ. (២០១៦). ស្ថិតិភ្ញៀវទេសចរ [Online]. Available: http://www.preahvihearauthority.gov.kh/tourist-statistic/ [Accessed ៤ កក្កដា ២០១៧].
18. Rann, R. (2012). Preah Vihear Temple sees dramatic rise in tourists. *Phnom Penh Post*.
19. រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា (២០០៦). ព្រះរាជកិច្ចស្តីពីការបង្កើតអាជ្ញាធរជាតិដើម្បីការពាររមណីយដ្ឋានវប្បធម៌ និងប្រាសាទព្រះវិហារ. ភ្នំពេញ.
20. Royal Government of Cambodia. (2011). ព្រះរាជក្រឹត្យស្តីពីការកំណត់រមណីយដ្ឋានប្រាសាទព្រះវិហារ [Online]. Available: http://www.preahvihearauthority.gov.kh/wp-content/uploads/2015/08/royaldecree-napv-2011.pdf [Accessed 05 July 2017].
21. Sen, D. (2014). *Preah Vihear villagers reject offer* [Online]. Phnom Penh: Phnom Penh Post Daily Newspaper. Available: http://www.phnompenhpost.com/national/preah-vihear-villagers-reject-offer [Accessed 06 July 2017].
22. UNESCO. (2010). *Preah Vihear Eco-Museum* [Online]. UNESCO. [Accessed 05 July 2017].
23. Royal Government of Cambodia. (2012). Tourism Strategic Development Plan 2012-2020. . Phnom Penh: Ministry of Tourism

24. Royal Government of Cambodia. (2014). National Strategic Development Plan 2014-2018. Phnom Penh: Royal Government of Cambodia.
25. ADB (2017). TOURISM SECTOR ASSESSMENT, STRATEGY, AND ROAD MAP FOR CAMBODIA, LAO PEOPLE’S DEMOCRATIC REPUBLIC, MYANMAR, AND VIET NAM (2016–2018). The Phillipines: Asian Development Bank
26. World Economic Forum. (2017). The Travel and Toursim Competitiveness Report 2017. Geneva: World Economic Forum.
27. MOCFA (2015). របាយការណ៍ ប្រចាំឆ្នាំ២០១៥-ក្រសួងវប្បធម៌. Phnom Penh: Ministry of Culture and Fine Arts.