CDRI - វិទ្យាស្ថានបណ្តុះបណ្តាល និង ស្រាវជ្រាវដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា

ធនាគារ ANZ Royal

សន្ទរបចក្ខុវិស័យប្រទេសកម្ពុជា*

ឆ្នាំ ២០០៩ លេខ ០៤

ការគ្រប់គ្រងក្នុងពេលមានវិបត្តិ – ការពង្រឹងវិស័យគន្លឹះសំរាប់ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ការអភិវឌ្ឍ និងកំណើននាពេលអនាគតនៅកម្ពុជា: វិស័យទេសចរណ៍[1]

"ទេសចរណ៍ ជាវិស័យគន្លឹះមួយសំរាប់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមកិច្ច ... វិស័យនេះ ត្រូវមានការគ្រប់គ្រងយ៉ាងល្អ ការអភិវឌ្ឍយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់ និងប្រកបដោយចីរភាព"

បទបង្ហាញរបស់ឯកឧត្តម ទិត ចន្ថា អគ្គនាយកទេសចរណ៍នៃក្រសួងទេសចរណ៍
នៅសន្និសីទចក្ខុវិស័យស្តីពីប្រទេសកម្ពុជា ឆ្នាំ២០០៩

"ដោយពុំមានមូលដ្ឋានច្បាស់លាស់ និងច្បាប់គ្រប់គ្រងគ្រប់គ្រាន់ ការរីកដុះដាលដ៏លឿនក៏ត្រូវរលំរលាយទៅវិញ ... ប្រសិនបើកំណើនលឿនៗកាលពីមុនពុំមានចីរភាពទេ តើវាអាចមានចីរភាពយ៉ាងណាបាននៅពេលអនាគត? ... វិស័យទេសចរណ៍ ពិតជាធ្លាក់ចុះហើយ ... ការខិតខំដោះស្រាយតែផលប៉ះពាល់ភ្លាមៗនៃវិបត្តិ គឺជាកំហុសឆ្គងមួយធ្ងន់ធ្ងរណាស់ ។"

បទបង្ហាញរបស់ លោកទីប្រឹក្សាជាន់ខ្ពស់ Jean-Daniel Gardère
នៅសន្និសីទចក្ខុវិស័យប្រទេសកម្ពុជា ឆ្នាំ២០០៩

វិបត្តិ និងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា: ផលប៉ះពាល់ និងកង្វះចន្លោះ

ទេសចរណ៍ជាវិស័យចំបងមួយសំរាប់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច–សង្គមកិច្ចនៅកម្ពុជា និងស្ថិតក្នុងចំណោម វិស័យសំខាន់ៗទាំង ៤ ដែលជំរុញកំណើននៅកម្ពុជា ។ វាបានរីកលូតលាស់យ៉ាងលឿនក្រោយពេលកម្ពុជា មានស្ថិរភាពឡើងវិញនៅទស្សវត្សរ៍ ១៩៩០ ហើយចូលរួមចំណែករហូតដល់ ៤% នៃ ផសស នៅឆ្នាំ២០០៧ ។

កំណើនដ៏លឿននៃទេសចរណ៍កម្ពុជា បានមកពីសម្បត្តិវប្បធម៌ដ៏វិសេស និងសម្បត្តិធម្មជាតិរបស់កម្ពុជា ។ ពិសេសជាងគេ អង្គរវត្តគឺជាសម្បត្តិដ៏អស្ចារ្យ និងជាប្រភពដ៏រឹងមាំនៃមោទនភាពជាតិ ។ ប្រាសាទនេះបាន ផ្តល់ឲ្យកម្ពុជានូវឧត្តមភាពប្រៀបធៀបដ៏រឹងមាំក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ។

សំរាប់រដ្ឋាភិបាល ទេសចរណ៍ គឺជាប្រភពចំណូលដ៏ចំបង ។ សំរាប់ប្រជាពលរដ្ឋជាច្រើន ទេសចរណ៍ជាប្រភពការងារ និងប្រាក់ចំណូល ដែលជួយឲ្យពួកគេចាកផុតពីភាពក្រីក្រ ។ ទេសចរណ៍ក៏ជួយបង្កើនចំណងមិត្តភាព និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ ព្រមទាំងការអភិរក្សធនធានធម្មជាតិ និងសម្បត្តិវប្បធម៌ ។

ទេសចរណ៍ងាយទទួលរងផលប៉ះពាល់ ពីការរំជើបរំជួលខាងក្នុង និងការប៉ះទង្គិចពីខាងក្រៅ ទាំងខាង នយោបាយ សេដ្ឋកិច្ច វប្បធម៌សង្គម ឬ បរិស្ថាន ។ ដូច្នេះ វិស័យនេះត្រូវមានការគ្រប់គ្រងដ៏ល្អ និងការអភិវឌ្ឍ ដោយយកចិត្តទុកដាក់ប្រកបដោយចីរភាព ។

វិបត្តិហិរញ្ញវត្ថុ និងសេដ្ឋកិច្ច បានប៉ះពាល់ដល់ចំនួនទេសចរ និងកន្លែងផ្ញើទេសចរណ៍ ទាំងនៅប្រទេសអភិវឌ្ឍ និង កំពុងអភិវឌ្ឍ ។ នៅឆ្នាំ២០០៨ ទេសចរណ៍ពិភពលោកបន្តកើនឡើង តែយឺតជាងក្នុងឆ្នាំមុនៗ ដោយកើនបាន ២% ឬមានភ្ញៀវទេសចរចំនួន ៩២៤លាននាក់ ។ ដោយឡែក ទេសចរណ៍នៅសហគមន៍

---

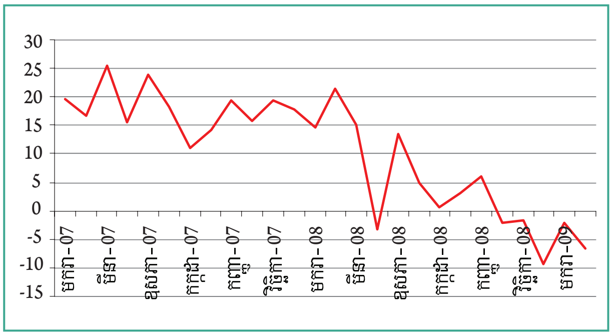
១ អត្ថបទនេះ ជាការបូកសរុបបទបង្ហាញ និងការពិភាក្សាផ្សេងៗក្នុងវគ្គទី៣ក(២) នៃសន្និសីទចក្ខុវិស័យប្រទេសកម្ពុជា ឆ្នាំ២០០៩ ។ វាគ្មិនក្នុងវគ្គនេះមានដូចតទៅ: ឯកឧត្តម ទិត ចន្ថា អគ្គនាយកទេសចរណ នៃ ក្រសួងទេសចរណ៍ លោកទីប្រឹក្សាជាន់ខ្ពស់ Jean-Daniel Gardère និងលោក ហូ វណ្ឌី សហប្រធាន ក្រុមការងារវិស័យឯកជន ស្តីពីវិស័យទេសចរណ៍ ។

* ផ្អែកលើសន្និសីទចក្ខុវិស័យប្រទេសកម្ពុជា ឆ្នាំ២០០៩:
ភាពជាដៃគូរវាងវិទ្យាស្ថាន CDRI និង ធនាគារ ANZ Royal

អឺរ៉ុប កើនត្រឹម ០,១% ឬ មានភ្ញៀវទេសចរ ៤៨៨លាននាក់ ហើយនៅអាស៊ី កើន ១,៦% ឬ មានភ្ញៀវទេសចរ ១៨៨លាននាក់ ។

នៅកម្ពុជា ទេសចរណ៍កើនឡើង ៥,៥% នៅឆ្នាំ២០០៨ ដោយមានភ្ញៀវចូលសរុប ២,១លាននាក់ ហើយផ្តល់ ប្រាក់ចំណូល ១.៥៩៥លានដុល្លារ ។ ប៉ុន្តែស្របតាមនិន្នាការជាសាកល កំណើនពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ បានធ្លាក់ចុះគួរកត់សម្គាល់តាំងពីដើមឆ្នាំ២០០៨ ហើយបំលាស់ប្តូរសមាសភាពភ្ញៀវទេសចរក៏បានពិនិត្យឃើញដែរ ។ នៅឆ្នាំ២០០៨ ភ្ញៀវមកពីកូរ៉េ ថយចុះអស់ ១៩% ធៀបនឹងឆ្នាំ២០០៧ ប៉ុន្តែភ្ញៀវមកពីសហគមន៍អឺរ៉ុប និងអាស៊ាន កើនឡើង ១១,៤% និង ៣៥% ។ ម្យ៉ាងទៀត ភ្ញៀវមកតាមផ្លូវអាកាស ធ្លាក់ចុះ ៤,៤% តែភ្ញៀវមកតាមផ្លូវគោក និងផ្លូវទឹក កើន ២៩,៦% និង ៦៤,៦% ។

ក្រាហ្វិក ១: កំណើនពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ នៃចំនួនភ្ញៀវទេសចរមកដល់កម្ពុជា (%)



ប្រភព: ក្រសួងទេសចរណ៍

ទិន្នន័យបឋមសំរាប់ខែមករា ២០០៩ បង្ហាញថា ទេសចរណ៍កម្ពុជាថយកំណើន ហើយកំណើនពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំនៃចំនួនភ្ញៀវទេសចរមកដល់ ថយចុះអស់ ២% ។

វិបត្តិសាកល ជាមូលហេតុចំបងនៃការធ្លាក់កំណើនទេសចរណ៍ ។ សេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េខាងត្បូង រងផលប៉ះពាល់ធ្ងន់ធ្ងរពីវិបត្តិ ដែលធ្វើឲ្យប្រជាជនកូរ៉េកាត់បន្ថយការធ្វើដំណើរកំសាន្ត ។ ប៉ុន្តែនៅមានកត្តាផ្សេងៗទៀតដែលរួមចំណែកបង្កការធ្លាក់ចុះ ដូចជា ភាពវឹកវរផ្នែកនយោបាយនៅថៃ និងជម្លោះព្រំដែនរវាងកម្ពុជា–ថៃ ។ ថៃ ជាច្រកចូលចំបងសំរាប់ជើងហោះហើរឆ្ពោះមកកម្ពុជា ដូចនេះ ការបិទអាកាសយានដ្ឋានដ៏សំខាន់របស់ថៃដោយបង្ខំ នៅខែវិច្ឆិកា ២០០៨ បានប៉ះពាល់អវិជ្ជមានដល់ ទេសចរណ៍កម្ពុជា ។ ជម្លោះនៅតំបន់ប្រាសាទព្រះវិហារ ក៏មានជះឥទ្ធិពលដល់ទេសចរណ៍ឆ្លងកាត់ព្រំដែនដែរ ។

ការវិភាគស៊ីជំរៅ បង្ហាញថា កំណើនលឿនៗនៃទេសចរណ៍នៅមុនពេលមានវិបត្តិ មិនអាចមានចីរភាពទេ ហើយមិនយូរប៉ុន្មាន វាត្រូវតែធ្លាក់ចុះវិញ ។ ម្យ៉ាងទៀត ទោះវិស័យនេះបានរីកចំរើនយ៉ាងលឿនក្នុង ប៉ុន្មានឆ្នាំកន្លងមកក៏ពិតមែន ប៉ុន្តែកម្ពុជានៅក្រោមគេច្រើនណាស់ បើគិតពីតំបន់កំសាន្តជាជំរើសក្នុងទេសចរណ៍ពិភពលោក ។ រឿងនេះបង្ហាញថា ទេសចរណ៍កម្ពុជានៅមានភាពទន់ខ្សោយខាងរចនាសម្ព័ន្ធ ។ ឧទាហរណ៍ អង្គរវត្តដែលអាចជាកំលាំងស្នូលនៃទេសចរណ៍កម្ពុជា ក៏អាចជាប្រភពនៃចំនុចខ្សោយដែរ ដោយសារកិច្ចប្រឹងប្រែងភាគច្រើនផ្តោតតែលើប្រាសាទនេះ ហើយមើលរំលងតំបន់ទេសចរណ៍ដទៃទៀត ។ ប្រាសាទអង្គរវត្ត ជាតំបន់ទេសចរណ៍តែមួយគត់ ដែលដំណើរការបានធំដុំគួរសម ។ ចំនុចខ្សោយមួយផ្សេងទៀត គឺការខឹតខំផ្សព្វផ្សាយទាក់ទាញទេសចរណ៍ទ្រង់ទ្រាយធំ ជាជាងខឹតខំបង្កើនតម្លៃបន្ថែមនៃផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ ។

វិបត្តិ និងដំណើរឆ្ពោះទៅមុខ: ចក្ខុវិស័យ និងទិសដៅគោលនយោបាយនៅអនាគត

គេប្រមើលថា ឆ្នាំ២០០៩ ជាឆ្នាំដ៏លំបាកសំរាប់ទេសចរណ៍កម្ពុជា ដោយសារវិបត្តិនៅតែបន្ត ហើយបញ្ហានយោបាយផ្សេងៗក៏នៅមិនទាន់ដោះស្រាយបាន ។ គេបានព្យាករណ៍ថា ក្នុងឆ្នាំនេះ វិស័យទេសចរណ៍គ្មានកំណើនទេ និងអាចរួមចុះអស់ ៣% គឺបានន័យថា កម្ពុជានឹងត្រូវបាត់បង់ភ្ញៀវទេសចរ ៦៣.០០០នាក់ ប្រាក់ចំណូល ៥៣លានដុល្លារ និង ១០.០០០ការងារដែលជាប់ទាក់ទងផ្ទាល់នឹងទេសចរណ៍ ។ មានការព្យាករណ៍មួយទៀតថា សកម្មភាពទេសចរ នឹងធ្លាក់ចុះ ១៥% នៅរដូវកាលមមាញឹកក្នុងឆ្នាំ២០០៨–០៩ ។ ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ និង សណ្ឋាគារ បានរាយការណ៍ថា ពួកគេព្រួយបារម្ភជាខ្លាំង ព្រោះមានការសាកសួរព័ត៌មាន និងកក់បន្ទប់តិចតួចណាស់ សំរាប់រដូវកាលមមាញឹកឆ្នាំនេះ ។ ម្យ៉ាងទៀតភ្ញៀវទេសចរមកដល់ហើយ ក៏រំពឹងថា នឹងចំណាយតិចជាងមុនដែរ ។ សរុបមក ផលប៉ះពាល់អាចមានកំរិតខុសៗគ្នា ។ ក្នុងនេះក្រុមហ៊ុន ដែលផ្តល់សេវា ទេសចរណ៍បែបប្រណិតនឹងត្រូវប៉ះពាល់ខ្លាំងជាងក្រុមហ៊ុនដែលផ្តល់សេវាមិនសូវថ្លៃទៅទៀត។

ទោះបីមានការព្យាករណ៍ទុកអាប់អួរបែបនេះក្តី ក៏អ្នកខ្លះនៅតែសុទិដ្ឋិនិយមដោយសំអាងលើ ទីតាំងអំណោយផលរបស់កម្ពុជានៅក្នុងតំបន់ ។ ម្យ៉ាងទៀត បើប្រាក់ដុល្លារ ប្រាក់យ៉េន និងប្រាក់អឺរ៉ូ កាន់តែឡើងថ្លៃ វាអាចជំរុញប្រជាជនអាមេរិក ជប៉ុន និងអឺរ៉ុបឲ្យធ្វើទេសចរណ៍ ។ ដោយឡែក សេដ្ឋកិច្ចចិន និងឥណ្ឌា នៅតែកើនឡើង ថ្វីបើយឺតជាងមុនក្តី ហេតុនេះប្រជាជនរបស់ប្រទេសទាំងពីរ ទំនងជានៅតែធ្វើដំណើរកំសាន្ត ។ គេរំពឹងថា ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងការធ្វើដំណើរអន្តរជាតិខ្លីៗ នឹងកើនឡើង ដោយសារប្រជាជនចង់ធ្វើដំណើរទៅជិតៗវិញ ។

តាមការយល់ឃើញភាគច្រើន នៅឆ្នាំ២០១០ វិស័យទេសចរណ៍នឹងនៅតែទន់ខ្សោយ ។ អង្គការមូលនិធិរូបិយវត្ថុអន្តរជាតិ (IMF) ព្យាករណ៍ថា ចំនួនភ្ញៀវទេសចរមកដល់ នឹងធ្លាក់ចុះ ០,៥% នៅឆ្នាំ២០១០ ។

ដើម្បីធ្វើឲ្យវិស័យទេសចរណ៍រស់រវើកឡើងវិញ ត្រូវចាត់វិធានការលើសពីដំណោះស្រាយ បញ្ហាចំពោះមុខ ដែលផុសចេញពីវិបត្តិនោះទៅទៀត ។ គេត្រូវតែយកចិត្តទុកដាក់លើបញ្ហារយៈពេលវែងជាបន្តទៀត ព្រោះបញ្ហាក្នុងរយៈពេលខ្លីអាចគ្រាន់តែជារោគសញ្ញានៃជំងឺរយៈពេលវែងប៉ុណ្ណោះ ។ ការដោះស្រាយបញ្ហាដែលនៅសើៗ អាចនាំឲ្យមានការប្រើថ្នាំខុសរោគ រឺថ្នាំក្លែងក្លាយទៀតផង ។

ដំណោះស្រាយដែលសំដៅធានាពីចីរភាព ត្រូវផ្អែកលើការយល់ដឹងពីគោលការណ៍ចំនួនពីរ គឺ:

ភាពល្អឯកជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះ វាមានភាពផុយស្រួយ ។ កត្តាទាំងនេះ ត្រូវមាន ការថែទាំយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្ន និងការគ្រប់គ្រងដ៏ល្អ ។ គេត្រូវថែរក្សាវាឲ្យនៅខ្លាំងជាងគូប្រកួតប្រជែង តាមរយៈគោលនយោបាយដ៏រឹងប៉ឹងស្តីពីគុណភាព និងភាពប្លែកៗគ្នា ។ កត្តាទាំងនេះក៏ត្រូវសំរបខ្លួន ទៅតាមវដ្តថ្មីៗនៃការធ្វើទេសចរណ៍ និន្នាការ ការរំពឹងទុករបស់ទេសចរ ដោយមិនបោះបង់ចោលនូវស្មារតី និងប្រពៃណីរបស់ខ្លួន ។

ភ្ញៀវទេសចរច្រើនពេក នឹងសំលាប់ទេសចរណ៍ ឬ ធ្វើឲ្យវានៅស្ពឹកទ្រឹង និងធ្លាក់ចុះ នៅតាមតំបន់ដែល មិនមែនសំរាប់ទទួលភ្ញៀវច្រើនៗមកសំរាកលំហែ ប៉ុន្តែបានរៀបចំឡើងសំរាប់តែសកម្មភាពពិសេសៗខ្លះ។

ផ្អែកលើគោលការណ៍ខាងលើ អនុសាសន៍មួយចំនួនគឺអាចស្នើឡើង ដើម្បីជាជំនួយដល់គោលនយោបាយ សំរាប់វិស័យទេសចរណ៍ ។

ប្រាសាទអង្គរវត្ត ដែលជាសម្បត្តិល្អឯក និងងាយរងផលប៉ះពាល់ ត្រូវមានការគ្រប់គ្រងដ៏ល្អដើម្បី ឲ្យមានសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែងយូរអង្វែង ។ គោលដៅ

ចំបងគឺត្រូវជួយសម្រួលការចូលទស្សនា និងបង្កើនការបំពេញចិត្តភ្ញៀវ ។ កត្តាទាំងនេះ អាចសម្រេចទៅបាន តាមរយៈវិធានការដូចខាងក្រោម:

- **ធ្វើចម្រុះកម្មសកម្មភាព:** គំនិតផ្តួចផ្តើមខាងទេសចរណ៍ភាគច្រើន ជាគម្រោងឯកជន ទ្រទ្រង់ដោយខ្លួនឯង ប៉ុន្តែគួរជួយដល់គម្រោងពាណិជ្ជកម្មខ្នាតតូច-មធ្យមមួយចំនួនដែលខ្វះទុន តាមរយៈការលើកទឹកចិត្តខាងពន្ធ និង/ឬ មូលនិធិពិសេសសំរាប់ការអភិវឌ្ឍ ។
- **ធ្វើឱ្យប្រសើរនូវដំណើរទស្សនកិច្ច:** សេវាកម្មនៅតាមសួនច្បារសាធារណៈ និងនៅខេត្តសៀមរាប ជាទូទៅ គួរមានការកែលំអ ។ សកម្មភាពផ្សេងៗសំរាប់ភ្ញៀវទេសចរ គួរមានជំរើសច្រើន ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងការរំពឹងទុក និងតំរូវការខុសៗគ្នា ។
- **ផ្តល់ការយកចិត្តទុកដាក់បន្ថែមទៅលើភាពស្អាត ការគ្រប់គ្រងទឹក និងការរៀបចំផែនការ សំរាប់ទីប្រជុំជន:** ក្នុងរឿងនេះ គំនិតផ្តួចផ្តើមផ្សេងៗពីផ្នែកឯកជន ត្រូវមានការដឹកនាំ និងគ្រប់គ្រង ។
- **តំរូវតាមទេសចរ:** ការកាត់បន្ថយថ្លៃចូលទស្សនាប្រាសាទ អាចពុំមានផលធំដុំទេ ពីព្រោះតំលៃសព្វថ្ងៃមិនមែនខ្ពស់ឡើយ ។ ដើម្បីបង្កើនការលក់សំបុត្រ និងផលចំណេញសំរាប់ ការថែរថែទាំប្រាសាទ និងវិនិយោគបន្ត គួរមានលក់សំបុត្រទៅតាមតំរូវការក្នុងតំលៃផ្សេងៗគ្នា ។ ឧទាហរណ៍ (១) ការបើកឲ្យចូលទស្សនាដល់ល្ងាចខ្លាំង និងពេលយប់ (២) ដំណើរទស្សនាទៅប្រាសាទផ្សេងៗទៀត ដើម្បីកាត់បន្ថយសំពាធលើប្រាសាទសំខាន់ៗ (៣) សំបុត្រទស្សនាត្រឹមពាក់កណ្តាលថ្ងៃ (៤) ការបញ្ចុះតំលៃច្រើនលើសំបុត្រចូលទស្សនាមានរយៈពេល ៧-១៤ថ្ងៃ ដែលអាចឲ្យភ្ញៀវទេសចរស្នាក់នៅបានយូរ និង/ឬ ប្រើក្រុងសៀមរាបជាទីចាប់ផ្តើមទស្សនកិច្ចទៅបណ្តាប្រាសាទ ឬតំបន់នៅសម័យអង្គរ នៅកន្លែងផ្សេងៗទៀត ។
- **ដោះស្រាយបញ្ហាទំនើបនីយកម្ម:** រឿងនេះអាចធ្វើបានដោយប្រើបរិក្ខារ-ប្រព័ន្ធងាយដំណើរការ និងប្រើពលកម្មច្រើន (ក្នុងការដឹកជញ្ជូន បំភ្លឺ លក់ម្ហូបអាហារ/ភេសជ្ជៈ នៅតាមផ្លូវ មគ្គុទេសក៍ស្វ័យប្រវត្តិ) ដើម្បីឲ្យមានជម្រើសកាន់តែច្រើន បំផុសទំនៀមទំលាប់ប្រពៃណីឡើងវិញ តំរូវទៅតាមការរំពឹងទុករបស់ភ្ញៀវបានកាន់តែល្អ ជំរុញភាពជាសហគ្រិនកំរិតមីក្រូ កែលម្អភាពទាក់ទាញនិងល្អឯកនៃតំបន់ទស្សនា និងបង្កើតតម្លៃក្នុងស្រុក ។ គេគួរជៀសវាងប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ "ជំរើសតែមួយតំរូវគ្រប់គ្នា" ដែលច្រើនជាគំរូហួសសម័យ និងមិនសមស្របសំរាប់បង្កើតតំលៃក្នុងស្រុក ។

ការកាត់បន្ថយចំណាយ និងកំរិតថ្លៃ ទំនងមិនហុចផលអ្វីធំដុំទេ ដូច្នេះគួរពិចារណាលើកកត្តាមួយចំនួន ដូចខាងក្រោម:

- កំរៃទេសចរ ពន្ធ និងតំលៃទំនិញនៅកម្ពុជា មិនខ្ពស់ទេ បើធៀបនឹងស្តង់ដារអន្តរជាតិ ។
- នៅក្នុងទីផ្សារកំរិតមធ្យម-ខ្ពស់ ភ្ញៀវទេសចរជាជនជាតិអាស៊ី និងជនជាតិស្បែកស ច្រើនទាមទារនូវគុណភាពបន្ថែម ។
- កត្តាដែលរឹតតែសំខាន់សំរាប់កេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់កម្ពុជា និងជំរុញភ្ញៀវឲ្យមកកម្ពុជាម្តងហើយម្តងទៀត រួមមាន (១) អាកាសយានដ្ឋានមានសុវត្ថិភាពមិនកខ្វក់ និងគ្រប់គ្រងបានល្អ (២) ការពិនិត្យទិដ្ឋាការធ្វើបានរហ័ស និងគ្មានបែបបទសាំញ៉ាំ (៣) ច្រកទ្វារតាមផ្លូវអាកាស ផ្លូវទឹក និងផ្លូវគោកមួយចំនួន ត្រូវមានច្រកច្រើនសំរាប់ធ្វើការត្រួតពិនិត្យ ។
- ចំពោះភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដែលទាមទារឲ្យបញ្ចុះថ្លៃសេវា ត្រូវតែទាមទារឲ្យគេបញ្ចុះថ្លៃ និងកំរិតចំណេញរបស់គេវិញដែរ ។
- ការបញ្ចុះថ្លៃ អាចបង្កជាវដ្តមិនល្អ ព្រោះគេត្រូវកាត់បន្ថយវិនិយោគ និងមានថវិកាតិចជាងមុនសំរាប់ការថែរជួសជុល-ថែទាំ ។

សមត្ថភាពប្រកួតប្រជែង គួរបង្កើនដោយលើកកំពស់កេរ្តិ៍ឈ្មោះ ភាពទាក់ទាញ ភាពប្លែកដាច់គេ និងច្រកចេញចូល ។ វិធានការមួយចំនួនដូចខាងក្រោមអាចមានប្រយោជន៍:

- ពង្រីងការធ្វើផែនការតំបន់ទីប្រជុំជន និងស្តង់ដារសំណង់
- ធ្វើការបែងចែកតំបន់ និងអនុវត្តកិច្ចការពារកន្លែងល្អៗនៅរាជធានីភ្នំពេញ ទីរួមខេត្តភាគច្រើន និងតំបន់ឆ្នេរ
- មានភាពបត់បែនបន្ថែមសំរាប់កម្មសិទ្ធិរបស់ជនបរទេសលើអចលនទ្រព្យ
- បង្កើតមូលនិធិគាំទ្រដល់ការកសាង និងថែទាំផ្លូវថ្នល់/ផ្លូវលំចេញចូលតំបន់ដាច់ស្រយាល ដែលអាចប្រើប្រាស់សំរាប់ដំណើរទស្សនាខ្លីៗ ការដើរកំសាន្ត និងរមណីយដ្ឋានធម្មជាតិខ្នាតតូច ។

ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយអេកូទេសចរណ៍ គោលនយោបាយផ្តោតចំកន្លែង និងអាចអនុវត្តបាន វាមានប្រសិទ្ធភាពជាងផែនការគ្រប់ជ្រុងជ្រោយនិងធំៗពេក ។ ទីផ្សារគោលដៅ រួមមានបុគ្គល និងក្រុមតូចៗ ។ អ្នកទេសចរទាំងនោះ អាចជាជនជាតិស្បែកស និងជប៉ុន ដែលមានចំណេះដឹង និងទ្រព្យសម្បត្តិច្រើន ឬក៏ពួកទេសចរ ស្ពាយកាបូបលើខ្នងដែលមានគំនិតផ្សងព្រេងបែបសាមញ្ញៗ ។ ការពង្រីកទីផ្សារគោលដៅទូលាយពេក អាចនាំឲ្យមានគោលនយោបាយច្របូកច្របល់មិនអាចអនុវត្តបាន ។

កន្លែងត្រួតពិនិត្យមានការគ្រប់គ្រងល្អត្រឹម ៧-៨កន្លែង អាចគ្រប់គ្រាន់ហើយសំរាប់ផ្តល់:

- ទិដ្ឋាការបានរហ័ស និងពង្រីងការយកថ្លៃចំពោះទិដ្ឋាការ ច្បាប់យករថយន្តចូល ធានារ៉ាប់រង និងចំណាយផ្សេងៗទៀត
- ភាពបត់បែនបាននៃចំនួនថ្ងៃក្នុងទិដ្ឋាការ (១៥ថ្ងៃ អាចមិនគ្រប់គ្រាន់សំរាប់ទេសចរ ដែលចង់ធ្វើដំណើរទៅកាន់ប្រទេសជិតខាង)
- ព័ត៌មានទាក់ទងនឹងទេសចរណ៍ (ដូចជា ផែនទីផ្លូវបានធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព) និងប្រព័ន្ធផ្តល់ ព័ត៌មាន (ដូចជា វេបសាយបង្ហាញទីតាំងសំខាន់ៗ និងអ្នកផ្តល់សេវាស្នាក់នៅ)

គោលនយោបាយដូចខាងលើមិនអាចធំធេងពេកទេ ។ អេកូទេសចរណ៍ពេញលេញទាមទារទុនជាច្រើនដែលកម្ពុជា មិនអាចរកបាន ហើយត្រូវពឹងអាស្រ័យទៅលើទេសភាព រុក្ខជាតិ និងសត្វ ដែលកម្ពុជាបានបាត់បង់ហើយ ដោយសារសង្គ្រាម និងការកាប់ឈើខុសច្បាប់ ។ អេកូទេសចរណ៍កម្ពុជា អាចជាទីផ្សារដ៏ល្អ ប៉ុន្តែនៅតូចរហូត ។ បទពិសោធន៍នៅតំបន់ចំប៉ាសាក់ និង បូឡូវេន នៅឡាវ បង្ហាញពីអ្វីដែលអាចធ្វើបាន ។

ការបន្តអភិវឌ្ឍ-ផ្សព្វផ្សាយលើបីមុខព្រួញ សៀមរាប-ភ្នំពេញ-ក្រុងព្រះសីហនុ អាចផ្តល់ឱកាសសំរាប់:

- បង្កើនប្រវែងដំណើរទេសចរណ៍
- បង្កើនចំណាយប្រចាំថ្ងៃរបស់ទេសចរម្នាក់ៗ
- បង្កើនប្រភេទភ្ញៀវទេសចរចូលមកតាមផ្លូវអាកាស
- ឲ្យទឹកដីកាន់តែធំនៅកម្ពុជា អាចទទួលបានផលចំណេញកាន់តែច្រើន
- ការផ្សព្វផ្សាយពីអេកូទេសចរណ៍ នៅតំបន់ជួរភ្នំក្រវាញ-កោះកុង និងរមណីយដ្ឋាន តាមកោះ នៅក្បែរនោះ ។

ក្រុងព្រះសីហនុ ត្រូវផ្សព្វផ្សាយ និងអភិវឌ្ឍបន្ថែមទៀត ឲ្យទៅជាតំបន់ធម្មជាតិសំរាប់បំពេញបន្ថែមឲ្យសៀមរាប និង ភ្នំពេញ ។ គេព្យាករណ៍ថា ការស្នាក់នៅក្រុងព្រះសីហនុ អាចបង្កើនរយៈពេល ទស្សនាកម្ពុជាពី ២-៤យប់ ដែលជួយបង្កើនសកម្មភាពទេសចរណ៍ និងផលចំណេញពី ១៥-២៥% ក្នុងរយៈពេល ៥ឆ្នាំ ទោះក្នុងករណីភ្ញៀវមកដល់គ្មានកើនបន្តិចសោះក្តី ។ ទោះបីក្រុងព្រះសីហនុកាន់តែងាយចេញចូលដោយសារមានអាកាសយានដ្ឋានថ្មីក្តី ក៏នៅមានចំនុចខ្វះខាតមួយចំនួនដូចជា អវត្តមានកន្លែងស្នាក់នៅមានគុណភាព និងការលុបចោលជើងហោះហើរសំរាប់តភ្ជាប់ ។

ឆ្លងតាមក្រុមការងារទេសចរណ៍ ដែលមានតំណាងពីវិស័យសាធារណៈ-ឯកជន រដ្ឋាភិបាលបានពិចារណាលើ វិធានការមួយចំនួនដូចខាងក្រោម ដើម្បីដោះស្រាយចំនុចខ្សោយនៃវិស័យទេសចរណ៍ ដែលវិបត្តិបានបំផុសឡើង:

- **ធ្វើឱ្យការធ្វើដំណើរ និងការដឹកជញ្ជូនកាន់តែងាយស្រួលៈ** ការងារនេះអាចធ្វើឡើងតាមការបង្កើនចំនួនកិច្ចព្រមព្រៀងឆ្លងកាត់ព្រំដែន ការកែលម្អទីតាំង និងសេវាកម្មនៅកន្លែងត្រួតពិនិត្យតាមច្រកទ្វារ ការបើកច្រកទ្វារព្រំដែនច្រើនទៀត និងការបង្កើន តំណភ្ជាប់តាមផ្លូវអាកាស ផ្លូវទឹក និងផ្លូវគោក ទៅក្នុងតំបន់ និងការបង្កើនជើងហោះហើរទៅសៀមរាប និងតំណភ្ជាប់ពីក្រុងសៀមរាបទៅកន្លែងមួយទៀត ។ កម្ពុជាក៏អាចបង្កើនចំណូលពីទេសចរណ៍ យ៉ាងហោចណាស់ដល់ ១០%-២០% តាមរយៈការសំរួល និងពន្លឿនបែបបទផ្តល់ទិដ្ឋាការ ដោយជំរុញការសុំទិដ្ឋាការ តាមអ៊ិនធឺណែត និងនៅពេលមកដល់កម្ពុជា ព្រមទាំង ការយកថ្លៃតិច ឬមិនយកសោះលើទិដ្ឋាការ ក្នុងពេលមានវិបត្តិ ។ រដ្ឋាភិបាលក៏បានប្រកាសពីចំណាប់អារម្មណ៍ និងផែនការ បើកដំណើរការក្រុមហ៊ុនអាកាសចរជាតិ ឡើងវិញដែរ ។
- **កាត់បន្ថយថ្លៃកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចៈ** គេអាចធ្វើឲ្យការលក់ដំណើរកំសាន្តបានកាន់តែច្រើន បើមានការបញ្ចុះថ្លៃ ហើយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកអាចសំរបសំរួលបានកាន់តែប្រសើរ ជាមួយនឹងពួកដៃគូនៅឯប្រទេសជិតខាង ។
- **ពង្រឹងគុណភាពផលិតផលទេសចរណ៍ៈ** វិធានការនេះ ទាមទារការបង្កើតតំបន់ទេសចរណ៍ឲ្យបានច្រើនបែបយ៉ាង និងមិនគួរផ្តោតតែទៅលើប្រាសាទអង្គរវត្តទេ ។ តំបន់វប្បធម៌ និងតំបន់ធម្មជាតិនានា ក៏ត្រូវមានការផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងសកម្ម ហើយគេក៏ត្រូវពង្រឹងសន្តិសុខ និងរក្សាស្ថិរភាពក្នុងប្រទេស ឲ្យបានល្អផងដែរ ។ ក្នុងនេះត្រូវបង្កើន សុវត្ថិភាពម្ហូបអាហារអនាម័យ និងបរិស្ថានស្អាត ព្រមទាំងសេវាកម្មមានគុណភាព និងសមត្ថភាព ប្រកួតប្រជែងខ្ពស់ ។
- **ធ្វើចម្រុះកម្មទីផ្សារទេសចរណ៍ៈ** ត្រូវបង្កើនទេសចរណ៍មកពីអាស៊ាន+៣ ឥណ្ឌា រុស្ស៊ី មជ្ឈឹមបូព៌ា និងសហគមន៍អឺរ៉ុប ។ ចំពោះប្រជាជនក្នុងស្រុក និងខ្មែររស់នៅក្រៅប្រទេស ក៏ត្រូវទាក់ទាញឲ្យធ្វើ ដំណើរកំសាន្តនៅក្នុងប្រទេសកំណើតដែរ ។
- **ពង្រឹងម៉ាឃីតធីងៈ** នៅពេលមានវិបត្តិ ត្រូវមានយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយពិសេស សំដៅបង្កើនទេសចរណ៍ក្នុងឆ្នាំ២០០៩ នេះ ។ កម្ពុជាអាចផ្សព្វផ្សាយថាជារាជាណាចក្រអច្ឆរិយៈ ។ ព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ ការតាំងពិព័រណ៍ និងការចុះផ្សាយតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអន្តរជាតិ (ដូចជា កម្មវិធីទូរទស្សន៍ *CNN, Discovery* និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយក្នុងប្រទេសគោលដៅ) ត្រូវរៀបចំឡើងដោយមានធ្វើម៉ាឃីតធីងតាម អ៊ិនធឺណែតផង ។ កិច្ចសហប្រតិបត្តិការក្នុងអនុតំបន់លើការផ្សព្វផ្សាយ និងម៉ាឃីតធីង ក៏ជាយុទ្ធសាស្ត្រល្អមួយដែរ ។

វិធានការខាងគោលនយោបាយដែលគេកំពុងទន្ទឹង គឺការបង្កើតក្រុមប្រឹក្សាទេសចរណ៍ជាតិកម្ពុជា (Cambodia National Tourism Board) ។ ស្ថាប័ននេះមានសមត្ថកិច្ច និងការទទួលខុសត្រូវ ដូចខាងក្រោម:

- អភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្រទេសចរណ៍ថ្នាក់ជាតិ សំរាប់ឆ្នាំ២០០៩ និងទៅអនាគត ។
- បង្កើតគោលនយោបាយ ច្បាប់ បទប្បញ្ញត្តិ វិធាន លើការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍ ។
- ទទួលខុសត្រូវលើសកម្មភាពម៉ាឃីតធីង ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយពីទេសចរណ៍ ។
- ជំរុញការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សសំរាប់វិស័យទេសចរណ៍ និងពង្រឹងការកសាងសមត្ថភាព ។
- ប្រើប្រាស់ និងត្រួតពិនិត្យលើ មូលនិធិអភិវឌ្ឍនិងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ ។
- សំរបសំរួល និងសហការជាមួយអាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន និងទីភ្នាក់ងារពាក់ព័ន្ធលើការអភិវឌ្ឍ និងធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវ តំបន់ទាក់ទាញទេសចរ ការផ្សព្វផ្សាយពីវប្បធម៌ និងទំនៀមទំលាប់កម្ពុជា ការអភិរក្ស/ការពារបេតិកភ័ណ្ឌ និងការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក ដើម្បីកែលំអកំរិតជីវភាពសហគមន៍មូលដ្ឋាន ។
- ណែនាំ ត្រួតពិនិត្យ និងសំរបសំរួលជាមួយ សមាគមទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍កម្ពុជា សមាគមសណ្ឋាគារកម្ពុជា និង សមាគមភោជនីយដ្ឋាន ។
- សហការជាមួយអង្គភាពទេសចរណ៍ក្នុងអនុតំបន់ និងនៅអន្តរជាតិ ក៏ដូចជាអង្គភាពអន្តរជាតិ ដែលធ្វើការងារពាក់ព័ន្ធទេសចរណ៍ ។
- គ្រប់គ្រង និងត្រួតពិនិត្យការអនុវត្តផែនការនៃវិស័យទេសចរណ៍ ។
- ជំរុញទេសចរណ៍ និងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ដើម្បីកែលំអកំរិតជីវភាពប្រជាជនមូលដ្ឋាន និងបង្កើនការប្រើប្រាស់ផលិតផលមូលដ្ឋាន ។
- ផ្សព្វផ្សាយពីសិល្បៈ វប្បធម៌ និងទំនៀមទំលាប់កម្ពុជា និងរក្សាការពារប្រាសាទបុរាណ ដើម្បីលើកទឹកចិត្តទេសចរបរទេសឲ្យមកទស្សនាកម្ពុជា ។
- ផ្តល់ការងារថ្មីៗនិងបង្កើតឱកាសការងារសំរាប់ឲ្យពួកជនជាតិភាគតិចអាចបង្កើនប្រាក់ចំណូល។
- លើកកម្ពស់ចំណងមិត្តភាព និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ ។

ទេសចរណ៍ ជាកំលាំងស្នូលនៃវិស័យសេវាកម្មកម្ពុជា ។ កម្ពុជា មានភ័ព្វវាសនាណាស់ ដោយសារប្រវត្តិសាស្ត្រ ដ៏សំបូរបែបនិងយូរអង្វែង បានក្លាយជាមរតកល្អឯក និងជាប្រភពនៃកំលាំងប្រកួតប្រជែងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ។ ប៉ុន្តែមរតកនេះមិនគួរប្រើប្រាស់ដោយបំពានឡើយ ។ មានតែការគ្រប់គ្រងប្រកបដោយចីរភាពទេ ទើបវិស័យទេសចរណ៍មិនអាចវិវត្តបំផ្លាញខ្លួនឯងបាន ។

CDRI - វិទ្យាស្ថានបណ្តុះបណ្តាល និង ស្រាវជ្រាវដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា

☞ ផ្ទះលេខ៥៦ ផ្លូវ៣១៥ ទួលគោក ភ្នំពេញ កម្ពុជា ✉ ប្រអប់សំបុត្រលេខ៦២២ ភ្នំពេញ កម្ពុជា

☎ (៨៥៥-២៣) ៨៨១-៣៨៤, ៨៨១-៧០១, ៨៨១-៩១៦, ៨៨៣-៦០៣, ០១២ ៨៦៧ ២៧៨ 🖷 (៨៥៥-២៣) ៨៨០-៧៣៤

e-mail: cdrimail@online.com.kh, website: http://www.cdri.org.kh