កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម
Cambodian Journal of Humanities and Social Sciences
Website: https://cjhss-journal.com/

វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា៖ បញ្ហាប្រឈម និងដំណោះស្រាយដើម្បីនិរន្តរភាពការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍

Cambodian Tourism Industry: Challenges and Resolutions for Sustainable Tourism Development

មឿង ចំរើន[១], លី តុង[២], ផុន កសិកា[៣], តូច សុធារី[៤]

[១] លេខាធិការដ្ឋានក្រុមប្រឹក្សាបណ្ឌិតសភាចារ្យនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ roeun_cham@yahoo.com
[២] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ lytongcambodia2013@gmail.com
[៣] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ kaseka1975@yahoo.com
[៤] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ sothiary@gmail.com

បានទទួល៖ ១១ កញ្ញា ២០២២; ទទួលបោះពុម្ព៖ ១៨ វិច្ឆិកា ២០២២; បោះពុម្ព៖ ៣០ ធ្នូ ២០២២

ទំនាក់ទំនង៖ roeun_cham@yahoo.com

អាគតដ្ឋាន៖ មឿង ចំរើន, លី តុង, ផុន កសិកា, តូច សុធារី. (២០២២). វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា៖ វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា៖ បញ្ហាប្រឈម និងដំណោះស្រាយដើម្បីនិរន្តរភាពការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍, *កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម, ១*(២), ទំ. ៧៨-១០១.

សង្ខិត្តន័យ

ការស្រាវជ្រាវនេះមានវត្ថុបំណងកំណត់នូវបញ្ហាប្រឈម និងស្វែងរកដំណោះស្រាយជាយុទ្ធសាស្ត្រ សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តភាព។ ការស្រាវជ្រាវនេះប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្របែបគុណភាព

ដោយរួមបញ្ចូលគ្នារវាងការជួបសម្ភាសជាមួយក្រុមគោលដៅសំខាន់ៗ បូកជាមួយនឹងការសិក្សានិងវិភាគទៅលើឯកសារនានាដូចជា អត្ថបទស្រាវជ្រាវ ឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រ និងឯកសារពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀត។ ជាលទ្ធផល វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាកំពុងជួបប្រទះនូវបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួន ដូចជា សកម្មភាពកេងប្រវ័ញ្ចតាមរូបភាពផ្សេងៗទៅលើភ្ញៀវទេសចរ, កង្វះគោលដៅទេសចរ, កង្វះខាតមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ដែលមានគុណភាព, ខ្វះភាពទាក់ទាញលើសេវាកម្មទេសចរណ៍, បញ្ហាអនាម័យ សណ្ដាប់ធ្នាប់ និងសុវត្ថិភាព និងបញ្ហាសំណុំលិខិតទិដ្ឋាការជាដើម។ ដើម្បីធានាបាននូវនិរន្តរភាពការអភិវឌ្ឍលើវិស័យមួយនេះ កម្ពុជាចាំបាច់ត្រូវរៀបចំគោលនយោបាយ និងផែនការទេសចរណ៍ឱ្យសមស្រប និងប្រែប្រួលទៅតាមនិន្នាការថ្មីនៃគោលដៅទេសចរណ៍សកល។ ដើម្បីឈានទៅសម្រេចបាននូវកិច្ចការមួយនេះ កម្ពុជាអាចពិចារណាលើអនុសាសន៍មួយចំនួនដូចជា ជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុក, រៀបចំបណ្ដុះបណ្ដាលជំនាញពាក់ព័ន្ធនឹងទេសចរណ៍, រៀបចំផែនទីទេសចរណ៍, ពង្រឹងការផ្សព្វផ្សាយពីទេសចរណ៍កម្ពុជានៅក្រៅប្រទេស, បង្កើនភាពទាក់ទាញលើសេវាកម្មទេសចរណ៍, រៀបចំបង្កើតនូវកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌តាមប៉ូលទេសចរណ៍ និងខេត្តផ្សេងៗ ព្រមទាំងជំរុញនូវចលនាសហគមអេកូទេសចរណ៍ជាដើម។ ជាក់ស្ដែងដើម្បីសម្រេចនូវកិច្ចការទាំងនេះ កម្ពុជាចាំបាច់ត្រូវចំណាយការវិនិយោគច្រើន និងសហការគ្នាពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ទាំងផ្នែករដ្ឋ ឯកជន អ្នកស្រាវជ្រាវ អ្នកប្រកបមុខរបរពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យទេសចរណ៍ក៏ដូចជាប្រជាពលរដ្ឋផ្ទាល់ផងដែរ។

ពាក្យគន្លឹះ: បញ្ហាប្រឈម, និរន្តរភាពទេសចរណ៍, ការអភិវឌ្ឍ, វិស័យទេសចរណ៍, ប្រទេសកម្ពុជា

ABSTRACT

The objectives of this study were to assess the challenges and seek practical solutions for sustainable Cambodian tourism development. This study employed qualitative-based research methodology where a combination of interviews with key informants at some important tourist destinations as well as the study and analysis of literature, strategic and policy documents were the key elements of the research processes. It was found that Cambodian tourism sector faces several issues and challenges such as cheating occurred among local and foreign tourists, lack of attractive and competitive tourist destinations, lack of qualified tourist guides, lack of attractive tourism services, hygiene and security issues and tourist registration service issues. For sustainable tourism development, Cambodia may employ some measures or strategies such as boosting local and foreign tourists, strengthening tourism-related skills training programs, develop tourist map, launch social and cultural events, employing more attractive tourism services and developing of ecotourism communities. However, in order to achieve this ambitious goal, it requires close cooperation among key players such public and private sectors, research institutions, and the people.

KEYWORDS: Challenges, sustainable tourism, development, tourism sector, Cambodia

១. សេចក្តីផ្តើម

ចំពោះកម្ពុជា វិស័យទេសចរណ៍គឺជាវិស័យធំលំដាប់ទីពីរបន្ទាប់ពីវិស័យឧស្សាហកម្មកាត់ដេរ (Chheang, 2009) ហើយវិស័យនេះក៏ទទួលបានការរីកចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងរយៈពេលជាងពីរទសវត្សរ៍កន្លងមកនេះ ដោយបានរួមចំណែកយ៉ាងសកម្មដល់ការអភិវឌ្ឍសង្គម និងសេដ្ឋកិច្ច ព្រមទាំងការពារបរិស្ថានផងដែរ។ វិស័យទេសចរណ៍ត្រូវបានរាជរដ្ឋាបាលកម្ពុជាចាត់ទុកជា "មាសបៃតង" និងជាវិស័យអាទិភាពក្នុងការកសាងសេដ្ឋកិច្ចបៃតង និងរួមចំណែកដល់ការសម្រេចបាននូវការអនុវត្តគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព (SDGs) ឆ្នាំ២០៣០ របស់អង្គការសហប្រជាជាតិ (រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា, ២០១៨) និងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់នៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចនយោបាយកម្ពុជា (Chheang, 2010; Dahles et al., 2019)។

របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ២០១៩ របស់ក្រសួងទេសចរណ៍បានបង្ហាញថា នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៩កន្លងទៅ វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាបានរួមចំណែកប្រមាណ១២,១% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប និងបានបង្កើតការងារដោយផ្ទាល់ដល់ប្រជាពលរដ្ឋប្រមាណជា៦៣០ពាន់ការងារ (Ministry of Tourism, 2019)។ ទន្ទឹមនេះដែរ កម្ពុជាក៏បានទទួលភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិចំនួន៦,៦១លាននាក់នៅឆ្នាំ២០១៩ ដែលកើនប្រមាណ៦,៦% និងបានចាក់បញ្ចូលថវិកាទៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចជាតិប្រមាណ៤ ៩១៩លានដុល្លារ ដែលកើនឡើង១២,៤% បើប្រៀបធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៨។ ទោះបីជាវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាបានរក្សាកំណើនរបស់ខ្លួនក្នុងរយៈពេលជាងពីរទសវត្សរ៍ ប៉ុន្តែចាប់តាំងពីឆ្នាំ២០១៤កន្លងមក វិស័យនេះហាក់មានការថមថយលើអត្រាកំណើនរបស់ខ្លួន។

ក្រោយពីមានការផ្ទុះឡើងនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិដែលធ្វើដំណើរមកទស្សនាប្រទេសកម្ពុជាមានការថយចុះយ៉ាងគំហុក។ បើតាមតួលេខរបស់ក្រសួងទេសចរណ៍បានបង្ហាញថា ចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិដែលចូលមកទស្សនាប្រទេសកម្ពុជានៅក្នុងឆ្នាំ២០២០ មានប្រមាណជាង១,៣០លាននាក់ ដោយថយចុះ៨០,២០% ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នាកាលពីឆ្នាំ២០១៩កន្លងទៅ។ ជាមួយគ្នានឹងការថយចុះនៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ ក្នុងរយៈពេលនេះដូចគ្នា កម្ពុជាទទួលបានទេសចរក្នុងស្រុកតែប្រមាណជាង ៥,៩៩ លាននាក់ប៉ុណ្ណោះ ដែលតួលេខនេះបញ្ជាក់ពីការថយចុះប្រហែល២៧,៥% (Ministry of Tourism, 2020)។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០២០ កម្ពុជាទទួលបានចំណូលពីទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ១,០២៣លានដុល្លារ ដែលធ្លាក់ចុះ៧៩,២% ដែលក្នុងន័យនេះ កម្ពុជាបានបាត់បង់ចំណូលពីវិស័យទេសចរណ៍ប្រមាណជាង ៣ពាន់លានដុល្លារ បើធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៩ (នាយដ្ឋានទេសចរណ៍, ២០២០)។

១.១. ស្ថានភាពវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា

កម្ពុជាគឺជាប្រទេសដែលសម្បូរទៅដោយធនធាន សម្បត្តិវប្បធម៌ និងសម្បត្តិធម្មជាតិ ដែលជាអំណោយផលដល់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចជាតិ តាមរយៈការប្រើប្រាស់វិស័យទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងធម្មជាតិទាំងនោះ។ របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ២០១៩ របស់ក្រសួងទេសចរណ៍បង្ហាញថា កម្ពុជាទទួលបានកំណើនទេសចរមកពីតំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក អាហ្វ្រិក និងមជ្ឈិមបូព៌ា ប៉ុន្តែមានការធ្លាក់ចុះចំពោះភ្ញៀវទេសចរមកពីតំបន់អឺរ៉ុប និងអាមេរិក (Ministry of Tourism, 2019)។ ភ្ញៀវទេសចរមកពីតំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិកបានកើនឡើងចំនួន៩% ដោយកើនពីជាង ៤,៩៩លាននាក់ដល់ជាង ៥,៤៤

លាននាក់ ហើយក្នុងនោះ ភ្ញៀវទេសចរមកពីតំបន់អាស៊ានបានកើនពី ២,០៦លាននាក់ ដល់ ២,២២លាននាក់ (កើនឡើងប្រមាណ ៧,៨%)។

តារាងទី1

សូចនាករទេសចរណ៍កម្ពុជា ឆ្នាំ២០១០-២០១៩

ឆ្នាំ	ទេសចរអន្តរជាតិ (លាននាក់)	អត្រាកំណើន (ជាភាគរយ)	ការស្នាក់នៅជាមធ្យម (ចំនួនថ្ងៃ)	ចំណូលពីវិស័យទេសចរណ៍ (លានដុល្លារ)
2010	2.51	16%	6.5	1,786
2011	2.88	15%	6.5	1,912
2012	3.58	24%	6.3	2,210
2013	4.21	17%	6.8	2,547
2014	4.50	7%	6.5	2,736
2015	4.78	6%	6.8	3,012
2016	5.01	5%	6.3	3,212
2017	5.60	12%	6.6	3,638
2018	6.20	11%	7	4,375
2019	6.61	7%	6.2	4,919

ប្រភព៖ Ministry of Tourism. (2019). Annual report on tourism statistic 2019

បន្ថែមពីលើនេះ ភ្ញៀវទេសចរមកពីតំបន់អឺរ៉ុបបានធ្លាក់ចុះ៣% ដោយធ្លាក់ពីជាង៨១,៨៦ម៉ឺននាក់មកត្រឹមជាង ៧៩,៣៩ ម៉ឺននាក់ និងទេសចរពីតំបន់អាម៉េរិកធ្លាក់ចុះ៤,២% គឺធ្លាក់ពីជាង ៣៦,៩៣ ម៉ឺននាក់ មកត្រឹមជាង ៣៥,៣៩ ម៉ឺននាក់។ របាយការណ៍ដដែលនេះបានបង្ហាញថា ទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗរបស់កម្ពុជានៅក្នុងឆ្នាំ២០១៩ រួមមានទេសចរចិន(៣៥,៧ %), វៀតណាម(១៣,៧%), ថៃ(៧,១%), ឡាវ(៥,៥%), កូរ៉េ(៣,៩%), អាម៉េរិក(៣,៨%), ជប៉ុន(៣,១%), ម៉ាឡេស៊ី (៣,១%), បារាំង២,៥%, និងអង់គ្លេស(២,៥%)។ ភ្ញៀវទេសចរចិនឈរនៅលំដាប់ទី១ ដោយមានចំនួនជាង ២,៣៦លាននាក់ ដែលបានកើនឡើង១៦,៧% ធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៨ ហើយ៩៦,៨% នៃភ្ញៀវទេសចរទាំងនោះធ្វើដំណើរមកកម្ពុជាតាមផ្លូវអាកាស។ ទេសចរវៀតណាមឈរនៅលំដាប់ទី២ ខណៈដែលទេសចរមកពីប្រទេសថៃឈរនៅលំដាប់ទី៣, ឡាវនៅលំដាប់ទី៤, និងកូរ៉េនៅលំដាប់ទី៥។ បន្ថែមពីលើនេះ របាយការណ៍នេះបានគូសបញ្ជាក់ថា៧៧,៤% នៃភ្ញៀវទេសចរដែលមកទស្សនាប្រទេសកម្ពុជា គឺជាក្រុមភ្ញៀវដែលទើបមកជាលើកដំបូង ហើយមានប្រមាណ២២,៦% គឺជាភ្ញៀវដែលធ្លាប់បានមកទស្សនាកម្ពុជាពីមុន។ ស្ថិតិទេសចរក្នុងស្រុកបានបង្ហាញពីសញ្ញាណល្អដោយបន្តមានកំណើនជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ នៅឆ្នាំ២០១៩ កម្ពុជាទទួលបានភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកចំនួនជាង១១,៣២ លាននាក់ ដោយកើនឡើង២,៣% ធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៨។ កត្តាដែលរួមចំណែកឱ្យទេសចរក្នុងស្រុកមានកំណើនមានដូចជា ការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍បុណ្យសមុទ្រ និងបុណ្យទន្លេជាដើម ដែលកត្តាទាំងនេះបានទាក់ទាញឱ្យមានលំហូរទេសចរក្នុងស្រុកមកពីបណ្តាខេត្តផ្សេងៗមកចូលរួមក្នុងកម្មវិធីទាំងនេះ (Ministry of Tourism, 2019)។

១.២. គោលនយោបាយទេសចរណ៍

វិស័យទេសចរណ៍ ត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាចាត់ទុកជាវិស័យអាទិភាពមួយ និងផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ (រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា, ២០១២)។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តចំពោះគម្រោងវិនិយោគក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ណាដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ដូចមានចែងក្នុងមាត្រា១២ មាត្រា១៣ និងមាត្រា១៤ នៃច្បាប់ស្តីពីការវិនិយោគនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឆ្នាំ១៩៩៤ មាត្រា១២ថ្មី និងមាត្រា១៤ថ្មី នៃវិសោធនកម្មច្បាប់ស្តីពីវិនិយោគនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឆ្នាំ២០០៣ (រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា, ២០១១)។ តាមរយៈក្រសួងទេសចរណ៍ ក្របខណ្ឌច្បាប់ និងគោលនយោបាយបម្រើដល់ការគ្រប់គ្រង អភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ និងជំរុញកំណើនទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិប្រកបដោយនិរន្តរភាពមួយចំនួនត្រូវបានដាក់ចេញ។ ច្បាប់ និងគោលការណ៍សំខាន់ៗ ដើម្បីអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ មានដូចជា៖

- ច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ឆ្នាំ២០០៩
- ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ជាតិ២០០៩-២០១៣
- ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍២០១២-២០២០
- ផែនការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងផែនការសកម្មភាពឆ្លើយតបនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុក្នុងវិស័យទេសចរណ៍២០១៥-២០១៨
- ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍២០១៧-២០១៥ ចេញឆ្នាំ ២០១៧
- សៀវភៅស ស្តីពី «China Ready» សម្រាប់ទេសចរណ៍កម្ពុជា ចេញឆ្នាំ២០១៦
- គោលនយោបាយជាតិអេកូទេសចរណ៍២០១៩-២០៣០ ចេញឆ្នាំ២០១៨

ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍២០១២-២០២០ ជាចក្ខុវិស័យវែងឆ្ងាយរបស់រដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ដោយបានដាក់គោលដៅឆ្នាំ២០២០ នឹងទាក់ទាញទេសចរអន្តរជាតិឱ្យបានប្រមាណ ៧លាននាក់ និងជំរុញទេសចរជាតិឱ្យបានចន្លោះពី ៨ ទៅ ១០លាននាក់ ឱ្យធ្វើដំណើកម្សាន្តនៅទូទាំងប្រទេស ព្រមទាំងបង្កើនចំណូលឱ្យបាន ៥ពាន់លានដុល្លារ និងបង្កើតការងារប្រមាណ ៨០ម៉ឺនកន្លែងនៅក្នុងវិស័យនេះ។ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ នឹងផ្តោតសំខាន់ទៅលើការប្រើប្រាស់សក្តានុពលធនធានវប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិរបស់កម្ពុជា ដើម្បីអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជាតិប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ ព្រមទាំងក្លាយជាគោលដៅទេសចរលំដាប់ពិភពលោក ដោយក្នុងនោះទេសចរណ៍វប្បធម៌ដែលជាវិស័យមានសក្តានុពលខ្លាំងជាងគេ នឹងត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ក្នុងការអភិវឌ្ឍ ហើយទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ និងអេកូទេសចរណ៍ ជាគោលដៅទេសចរណ៍បែបថ្មីប្រកបដោយនិរន្តភាពនឹងត្រូវពង្រឹងបន្ថែម (រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា, ២០១២)។

ទន្ទឹមនឹងនេះដែរ ក្រសួងទេសចរណ៍ក៏បានដាក់ចេញនូវផែនការកំណែទម្រង់វិស័យទេសចរណ៍ ២០១៥-២០១៨ ដោយផ្តោតសំខាន់លើការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវគុណភាពឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ពង្រឹងការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ និងការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ និងច្នៃប្រឌិតខ្ពស់ ដោយបានដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារទេសចរណ៍ ២០១៦-២០២០ ពង្រឹងធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងជំរុញការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដើម្បីសម្រេចឱ្យបានចក្ខុវិស័យអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

២០១២-២០២០ នេះ (Post News, 2016)។ លើសពីនេះ ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា ២០១២-២០២០ និងដោយមើលឃើញពីកំណើននិងសក្តានុពលរបស់ទេសចរចិន រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្របន្ថែមទៀតតាមរយៈឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រដែលហៅថា សៀវភៅស «China Ready» ដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរជនជាតិចិនមកទស្សនាកម្សាន្តនៅកម្ពុជាឱ្យបាន២លាននាក់នៅឆ្នាំ២០២០ ព្រមទាំងបានជំរុញឱ្យមានការចូលរួមក្នុងភាពជាដៃគូរវាងវិស័យរដ្ឋ វិស័យឯកជន និងប្រជាពលរដ្ឋ (Public-Private-People-Partnership) ក្រោមគោលការណ៍បែងចែកអត្ថប្រយោជន៍ប្រកបដោយសមធម៌ និងបរិយាបន្ន (ក្រសួងទេសចរណ៍, ២០១៦)។

យ៉ាងណាមិញ នៅឆ្នាំ២០២០ ដោយសារវិបត្តិកូវីដ-១៩ កម្ពុជាពុំអាចសម្រេចផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ២០១២-២០២០ ដែលមានបំណងស្រូបយកទេសចរអន្តរជាតិឱ្យបានប្រមាណ ៧លាននាក់ និងជំរុញឱ្យមានទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណ១០លាននាក់បាននោះទេ។ វិបត្តិនៃការឆ្លងរាលដាលជំងឺកូវីដ-១៩ បានធ្វើឱ្យឥរិយាបថរបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិមានការប្រែប្រួល។ ដូចនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា បានដាក់ចេញនូវផែនទីចង្អុលផ្លូវស្តីពីផែនការស្តារនិងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ដើម្បីឈានទៅស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក៏ដូចជាឆ្លើយតបនឹងនិន្នាការដំណើរកម្សាន្តតាមគន្លងថ្មី ឱ្យបានសមស្របនិងទាន់ពេលវេលា។ នៅក្នុងនោះ រាជរដ្ឋាភិបាលបានបែងចែកផែនការជាបីដំណាក់កាលគឺ «ការគ្រប់គ្រងវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ស្តារឡើងវិញ (២០២០-២០២១) ការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩ (២០២២-២០២៣) និងការរៀបចំឆ្ពោះទៅកាន់អនាគតថ្មីនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា(២០២៤-២០២៥)» (រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា, ២០២១)។

១.៣. ចំណោទបញ្ហាស្រាវជ្រាវ

វិស័យទេសចរណ៍ ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាជម្រើសឧបករណ៍អភិវឌ្ឍដ៏ល្អមួយក្នុងចំណោមជម្រើសផ្សេងទៀត ដែលបានរួមចំណែកផ្តល់ប្រាក់ចំណូល និងការងារទៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍ តាមរយៈការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរ និងការវិនិយោគដោយផ្ទាល់ពីវិនិយោគិនបរទេសទៅក្នុងនិងក្រៅប្រព័ន្ធនៃវិស័យទេសចរណ៍ ហើយក៏បន្ថែមនូវភាពទាក់ទាញដល់គោលដៅទេសចរណ៍ផងដែរ (OECD, 2020)។ ទេសចរណ៍ត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាវិស័យដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់សម្រាប់សេដ្ឋកិច្ចក្នុងស្រុក មានឧបសគ្គតិចតួច និងប្រើប្រាស់ដើមទុនវិនិយោគតិចក្នុងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម (Sharpley, 2015 as cited in Sharpley & McGrath, 2016)។

នៅកម្ពុជា វិស័យទេសចរណ៍បានរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប បង្កើតនិងបង្កើនការងារយ៉ាងច្រើន ព្រមទាំងផ្តល់ប្រាក់ចំណូលដល់ប្រជាជនផងដែរ (Tourism, 2003) ប៉ុន្តែផលចំណូលពីវិស័យនេះបានលេចធ្លាយចេញទៅបរទេសយ៉ាងច្រើនតាមរយៈការនាំចូលផលិតផលបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ (Chheang, 2009; Mao, 2015)។ លើសពីនេះ ការសិក្សារបស់ Mao (2015) បង្ហាញថា ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ផ្តល់ផលទៅម្ចាស់អាជីវកម្មដែលភាគច្រើនជាជនបរទេស និងអ្នកមានជីវភាពធូរធារ ជាងប្រជាជនដែលរស់នៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍។ ការប្រើប្រាស់វិស័យទេសចរណ៍សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមនៅមានកម្រិតនៅឡើយ និងមិនបានទូលំទូលាយដូចការរំពឹងទុកក្នុងការគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍរបស់កម្ពុជានោះទេ (Sharpley & McGrath, 2016)។

បញ្ហាប្រឈមផ្សេងទៀតនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាមានដូចជា ការធ្លាក់ចុះនូវកំណើនភ្ញៀវទេសចរមកពីតំបន់អឺរ៉ុប និងអាម៉េរិកឡាទីនជាដើម (Ministry of Tourism, 2019)។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០២០ កម្ពុជាក៏មិនខុសពីបណ្ដាប្រទេសដទៃទៀតក្នុងសកលលោក គឺមិនអាចគេចផុតពីវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ដែលធ្វើឱ្យប៉ះពាល់យ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរទៅលើវិស័យទេសចរណ៍ដែលជាក្បាលម៉ាស៊ីនទ្រទ្រង់កំណើនសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា ដោយសារការចាត់វិធានការឆ្លើយតបជាសកលក្នុងការទប់ស្កាត់ការរាតត្បាតជំងឺកូវីដ-១៩ តាមរយៈការរឹតត្បិតការធ្វើដំណើរអន្តរជាតិ និងការដាក់បម្រាមការធ្វើដំណើរ (ក្រុមធនាគារពិភពលោក, ២០២០)។ ជាក់ស្តែង ក្នុងអំឡុងឆ្នាំ២០២០ និងឆ្នាំ២០២១ ដែលជាឆ្នាំនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺឆ្លងកូវីដ-១៩ ជាសកល បានបណ្ដាលឱ្យវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាបានធ្លាក់ចុះស្ទើរដល់កម្រិតសូន្យ ព្រោះតែការបិទជើងហោះហើរអន្តរជាតិ និងវិធានការគម្លាតសង្គមដើម្បីបង្ការការរីករាលដាលនៃជំងឺនេះនៅទូទាំងប្រទេស។

ទោះបីជាទទួលបានអត្រាកំណើនប្រចាំឆ្នាំខ្ពស់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ក៏ដូចជាកំណើនភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិក្តី វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាកំពុងតែជួបប្រទះនឹងបញ្ហាប្រឈមជាច្រើននៅក្នុងការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងបរិយាបន្ន ដែលចាំបាច់ត្រូវមានការសិក្សាឱ្យបានលម្អិត និងត្រូវរៀបចំយន្តការ និងគោលនយោបាយបំពេញបន្ថែមដើម្បីធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងក្នុងវិស័យនេះ។ ប្រសិនបើយើងពិនិត្យទៅលើទិន្នន័យនានា ក៏ដូចជារបាយការណ៍ ឬ អត្ថបទស្រាវជ្រាវផ្សេងៗទាក់ទងនឹងវិស័យទេសចរណ៍ គេឃើញមានការសិក្សាតិចតួចទៅលើបញ្ហាប្រឈមនានា ដែលកើតមានក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ម្យ៉ាងទៀត ការសិក្សាទាំងនោះស្ថិតនៅរប៉ាត់រប៉ាយដែលមានការពិបាកក្នុងការពិចារណាជាប្រព័ន្ធគំនិត ដើម្បីរៀបចំជាយុទ្ធសាស្ត្រឱ្យបានសមស្របទៅលើបញ្ហាប្រឈមទាំងនោះ។ ដោយយល់ឃើញពីកង្វះខាតទាំងនេះ ក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវយើង បានរៀបចំការសិក្សានេះឡើង ក្នុងគោលបំណងឈ្វេងយល់ឱ្យបានស៊ីជម្រៅទៅលើបញ្ហាប្រឈមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ព្រមទាំងសិក្សាពីយុទ្ធសាស្ត្រជំរុញ និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍របស់ប្រទេសជិតខាង ប្រទេសក្នុងតំបន់ និងសាកលលោកផងដែរ ដើម្បីផ្តល់ជាធាតុចូលក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព។

១.៤. វត្ថុបំណងស្រាវជ្រាវ

ការស្រាវជ្រាវនេះផ្តោតទៅលើវត្ថុបំណងស្រាវជ្រាវចំនួនពីរដូចខាងក្រោម៖

- ⇨ សិក្សានិងកំណត់នូវបញ្ហាប្រឈមនានាដែលកើតមាននៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា
- ⇨ សិក្សាអំពីដំណោះស្រាយជាយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព

២. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សានេះប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវបែបគុណភាព ដោយទិន្នន័យ និងព័ត៌មានដែលសម្រាប់ធ្វើការវិភាគ និងសរសេរទទួលបានពីការជួបសម្ភាសដោយផ្ទាល់ជាមួយក្រុមគោលដៅសំខាន់ៗ[១] និងការសិក្សាវិភាគទៅលើឯកសារ

[១] គួរបញ្ជាក់ថា ការសិក្សានេះធ្វើឡើងក្នុងអំឡុងពេលដែលជំងឺកូវីដ-១៩ បានកំពុងរីករាលដាលក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដូចនេះ ការជួបសម្ភាសក្រុមគោលដៅនានាធ្វើឡើងក្នុងទ្រង់ទ្រាយតូច ដែលជួនកាលជាការសម្ភាសមួយទល់នឹងមួយ ធ្វើឡើងតាមអនឡាញ។

នានាដូចជា អត្ថបទស្រាវជ្រាវ ឯកសារគោលនយោបាយនិងយុទ្ធសាស្ត្រ ព្រមទាំងឯកសារពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀត។

២.១. ខេត្តគោលដៅនិងក្រុមគោលដៅ

ការប្រមូលទិន្នន័យបឋមសម្រាប់ការសិក្សានេះ បានធ្វើឡើងតាមរយៈការសម្ភាសដោយផ្ទាល់និងមិនផ្ទាល់ជាមួយក្រុមគោលដៅសំខាន់ៗនៅក្នុងខេត្ត-ក្រុង ដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់លើវិស័យសេដ្ឋកិច្ច និងទេសចរណ៍ដូចជារាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប ខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តបាត់ដំបង ខេត្តកំពត និងខេត្តរតនគិរី។ ការសម្ភាសនេះ ធ្វើឡើងដោយប្រើប្រាស់បញ្ជីសំណួរដែលបានរៀបចំជាស្រេចសម្រាប់ក្រុមគោលដៅនីមួយៗ។ ខ្លឹមសារនៃសំណួរផ្តោតជាសំខាន់ទៅលើបញ្ហាប្រឈមដែលកើតមានក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ស្ថានភាពជាក់ស្តែងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ព្រមទាំងដំណោះស្រាយជាយុទ្ធសាស្ត្រ សម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។

ក្រុមគោលដៅដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះ មានសមាសភាពមកពីស្ថាប័នថ្នាក់ក្រោមជាតិ ថ្នាក់ជាតិ និងមជ្ឈដ្ឋានផ្សេងទៀតដូចបង្ហាញក្នុងតារាងខាងក្រោម៖

តារាងទី2

សមាសភាពក្រុមគោលដៅសំខាន់ៗដែលបានចូលរួមការសម្ភាសនិងផ្តល់ទិន្នន័យសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ

ថ្នាក់ដឹកនាំ និងមន្ត្រីតំណាងមន្ទីរទេសចរណ៍តាមខេត្តគោលដៅ	៦រូប
មន្ត្រីអាជ្ញាធរជាតិអប្សរាប្រចាំខេត្តសៀមរាប	២រូប
ថ្នាក់ដឹកនាំ និងមន្ត្រីតំណាងមន្ទីរវប្បធម៌តាមខេត្តគោលដៅ	២រូប
ថ្នាក់ដឹកនាំ និងអ្នកតំណាងក្រុមហ៊ុនប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ និងសៀមរាប)	៤ក្រុមហ៊ុន
អ្នកតំណាងសមាគមទេសចរណ៍	២ស្ថាប័ន
មគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ (តំបន់+ជាតិ)	៨រូប
ម្ចាស់ភោជនីយដ្ឋានតាមខេត្តគោលដៅ	១០រូប
ម្ចាស់ផ្ទះសំណាក់ និងសណ្ឋាគារតាមខេត្តគោលដៅ	១០រូប
ភ្ញៀវទេសចរជាតិដែលបានជួបដោយចៃដន្យតាមខេត្តគោលដៅ	១០រូប
ប្រជាពលរដ្ឋដែលប្រកបរបរទទួលទានទូទៅ ឬទទួលអត្ថប្រយោជន៍ពីវិស័យទេសចរណ៍ (អ្នកលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ អ្នករត់ម៉ូតូឌុប អ្នករត់កង់បី ...)	២០រូប

២.២. ក្របខណ្ឌទិន្នន័យ

ទិន្នន័យ និងព័ត៌មានដែលទទួលបានពីការសម្ភាស និងការសិក្សា វិភាគទៅលើឯកសារផ្សេងៗ សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវនេះស្ថិតក្នុងបរិបទដូចខាងក្រោម៖

- ⇨ បញ្ហាប្រឈមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍៖

ឆ្លុះបញ្ចាំងពីស្ថានភាពជាក់ស្តែងនៃបញ្ហាដែលកើតមានមុន និងអំឡុងពេលនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩។ ក្នុងន័យនេះ បញ្ហាប្រឈមមួយចំនួន កើតមានមុនវិបត្តិកូវីដ-១៩ និងបន្តរហូតដល់បច្ចុប្បន្ន ហើយអាចនឹងបន្តប៉ះពាល់ដល់វិស័យទេសចរណ៍ជាតិនាពេលអនាគត ប្រសិនបើពុំមានដំណោះស្រាយសមស្របទេនោះ។

- ចំពោះដំណោះស្រាយជាយុទ្ធសាស្ត្រ៖

មានប្រភពពីការសម្ភាសក្រុមគោលដៅខាងលើ និងពីការសិក្សាពីមេរៀននៃប្រទេសជិតខាង ក្នុងតំបន់ និងសកលលោក។ យុទ្ធសាស្ត្រនិងដំណោះស្រាយដែលបានបង្ហាញ ឆ្លុះបញ្ចាំងសកម្មភាពអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ស្របតាមគោលការណ៍បរិស្ថាន និងជាទស្សនទានបែបសកលសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងដើម្បីមនុស្សជំនាន់ក្រោយ។

២.៣. ការវិភាគទិន្នន័យ

ទិន្នន័យនិងព័ត៌មានដែលទទួលបានពីការសម្ភាសក្រុមគោលដៅស្រាវជ្រាវ និងការសិក្សាឯកសារពាក់ព័ន្ធនានាត្រូវបានវិភាគដោយប្រើវិធីវិភាគទីសេចក្តី[២] (Content Analysis) ដើម្បីកំណត់ពីទិដ្ឋភាពផ្សេងៗនៃបញ្ហាប្រឈមដែលកើតមានក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក៏ដូចជាកំណត់ពីដំណោះស្រាយ និងយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ។ ផ្អែកទៅលើក្របខណ្ឌនៃទិន្នន័យទាំងនេះ ការវិភាគ និងបង្ហាញលទ្ធផលនៃការសិក្សានេះធ្វើឡើងក្នុងក្របខណ្ឌយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់រយៈពេលខ្លី មធ្យម និងសម្រាប់រយៈពេលវែង ក្នុងបរិបទនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ដើម្បីនិរន្តរភាព។

៣. លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

៣.១. បញ្ហាប្រឈមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

ដោយសារមានមាគ៌ាដ៏ត្រឹមត្រូវ ព្រមទាំងមានការជំរុញ និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យមាននិរន្តរភាពកំណើនជាលទ្ធផលរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា សម្រេចបាននូវវឌ្ឍនភាពក្នុងវិស័យនេះគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងរយៈពេលចុងក្រោយនេះ និងបានការទទួលស្គាល់ពីឆាកអន្តរជាតិផងដែរ (អ៊ឹម រចនា, ២០១៥)។ យោងតាមរបាយការណ៍សន្ទស្សន៍ភាពប្រកួតប្រជែងការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សកល វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាបានឡើងចំណាត់៧ខ្ទង់ ដោយឡើងចំណាត់ថ្នាក់ទី១០៥ នៅឆ្នាំ២០១៥ មកចំណាត់ទី៩៨ នៅឆ្នាំ២០១៩។ ទោះយ៉ាងនេះ តែបើធៀបនឹងប្រទេសជិតខាង កម្ពុជានៅមានចំណាត់ថ្នាក់ទាបជាងប្រទេសទាំងនោះនៅឡើយ ដែលករណីនេះ បណ្តាលមកពីបញ្ហាប្រឈមជាច្រើនទាំងក្នុងក្របខណ្ឌរដ្ឋបាល សកម្មភាពទេសចរណ៍ និងការវិនិយោគក្នុងវិស័យនេះ។

[២] គួបញ្ជាក់ថា ដោយសារពុំទាន់មានការឯកភាពគ្នាក្នុងបរិបទភាសាខ្មែរ ចំពោះបច្ចេកសព្ទទាក់ទងនឹងការស្រាវជ្រាវ ក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវយើងជ្រើសរើសប្រើប្រាស់បច្ចេកសព្ទ «វិធីវិភាគទីសេចក្តី» ដែលត្រូវនឹងសំនួនភាសាអង់គ្លេសថា "Content Analysis" ដោយអ្នកស្រាវជ្រាវផ្សេងអាចនឹងប្រើបច្ចេកសព្ទផ្សេង សំដៅដល់សំនួនតែមួយ។

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ បានរកឃើញនូវបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួនដែលបានជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានមកលើវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាទាំងមូល ដោយបញ្ហាប្រឈមទាំងនោះមានដូចបង្ហាញខាងក្រោម។ គួរបញ្ជាក់ថា បើទោះបីជាការសិក្សានេះធ្វើឡើងក្នុងបរិបទកូវីដ-១៩ក្តី បញ្ហាប្រឈមដែលបានរកឃើញ និងបង្ហាញក្នុងអត្ថបទនេះ ផ្តោតទៅលើបញ្ហាប្រឈមទូទៅដែលកើតមានលើវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា និងជាបញ្ហាដែលអាចប៉ះពាល់ដល់វិស័យនេះយូរអង្វែង។

➲ បញ្ហាកញ្ចប់ទេសចរ Zero Package

តាមរយៈការសម្ភាសជាមួយប្រតិបត្តិករទេសចរ និងមគ្គុទេសក៍ទេសចរ លទ្ធផលបង្ហាញថា វិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាចាប់ផ្តើមបង្ហាញនូវសញ្ញាណអវិជ្ជមានមុនការកើតមានវិបត្តិកូវីដ-១៩ ដោយផលប៉ះពាល់ភាគច្រើនកើតឡើងលើភ្ញៀវទេសចរជនជាតិចិន។ ផលប៉ះពាល់នេះផ្តើមចេញពីកញ្ចប់សេវាទេសចរ "Zero Package Tour" ដោយបានបង្កើតឱ្យមានការបាត់ទំនុកចិត្តពីសំណាក់ភ្ញៀវដោយសារមូលហេតុមួយចំនួនដូចជាៈ

- ការចរាចរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ក្លែងក្លាយលើទីផ្សារ
- ការជំរុញឱ្យភ្ញៀវទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ឬទំនិញដែលមានតម្លៃខ្ពស់ជាងតម្លៃធម្មតា
- ការដឹកភ្ញៀវចូលហាងភោជនីយដ្ឋានដែលមានតម្លៃថ្លៃ។

ជាទូទៅ ភ្ញៀវទេសចរ[៣] ដែលទិញកញ្ចប់សេវាទេសចរណ៍មួយនេះ នឹងត្រូវបានប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ឬមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍នានាតម្រូវឱ្យទិញទំនិញនៅតាមទីតាំងដែលពួកគេបានរៀបចំជាស្រេច។ ជារឿយៗ ទំនិញនៅតាមហាងទាំងនោះ ភាគច្រើនមានតម្លៃលើសទីផ្សារជាក់ស្តែងទ្វេរមួយជាពីរ និងអាចត្រីគុណក៏មាន។ ក្រៅពីតម្លៃលើសទីផ្សារហើយ គេក៏សង្កេតឃើញមានការតវ៉ាជាច្រើនទាក់ទងនឹងទំនិញក្លែងក្លាយ ឬវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ដែលពុំមានគុណភាពស្របនឹងតម្លៃជាដើម។ ប្រធានសមាគមមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍មួយក្នុងខេត្តសៀមរាប ក៏ដូចជាក្រុមគោលដៅដទៃទៀត បានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ថា ភាគច្រើននៃហាងលក់ទំនិញទាំងនោះមានម្ចាស់ជាជនជាតិចិន និងជាទូទៅមានការត្រូវរ៉ូវគ្នាជាមួយក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ ព្រមទាំងមគ្គុទេសក៍ភាសាចិន ដើម្បីរៀបចំសេវាទេសចរណ៍ប្រភេទនេះ។ មានករណីខ្លះ ក្រុមហ៊ុនទេសចរដែលរៀបចំនូវកញ្ចប់សេវាទេសចរណ៍ "Zero Package Tour" មានម្ចាស់ ឬថៅកែតែមួយជាមួយនឹងហាងលក់ទំនិញ ភោជនីយដ្ឋាន ឬផ្ទះសំណាក់ជាដើម។

➲ កង្វះគោលដៅទេសចរក្នុងតំបន់តែមួយ

កម្ពុជាជាប្រទេសមួយស្ថិតនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ ដែលសម្បូរទៅដោយសម្បត្តិធម្មជាតិ ប្រាសាទបុរាណ ព្រមទាំងធនធានផ្សេងៗទៀតដែលបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ។ ទោះជាយ៉ាងណា តាមការសម្ភាសក្រុមគោលដៅដែលធ្វើការ និងប្រកបអាជីវកម្មក្នុងវិស័យនេះ យើងអាចកំណត់បានថា ប្រទេសយើងមានកង្វះខាតនូវគោលដៅទេសចរដែលមានលក្ខណៈចម្រុះនៅតាមតំបន់ប៉ូលទេសចរណ៍នីមួយៗ។ ជាឧទាហរណ៍ សៀមរាប ជាខេត្តសម្បូរទៅដោយប្រាសាទបុរាណ និងរមណីយដ្ឋានបែបវប្បធម៌ជាច្រើន បូកផ្សំនឹងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិមួយចំនួនផង

---

[៣] គួរបញ្ជាក់ថា ភ្ញៀវទេសចរដែលចូលចិត្តទិញកញ្ចប់សេវាទេសចរណ៍ប្រភេទនេះ ច្រើនតែជាភ្ញៀវជនជាតិចិន ហើយជាក់ស្តែង តម្លៃកញ្ចប់សេវាទេសចរណ៍ប្រភេទនេះ អាចស្មើនឹងសូន្យ (0) ឬមានតម្លៃថោក ក៏ប៉ុន្តែ ភ្ញៀវ ចាំបាច់ត្រូវគោរពតាមគោលការណ៍មួយចំនួនដែលកំណត់ដោយប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ដូចជាការចូលភោជនីយដ្ឋាន ការស្នាក់នៅ និងទិញទំនិញនៅតាមទីតាំងដែលពួកគេបានកំណត់ឬជ្រើសរើសរួចជាស្រេច។

ដែរ ក៏ប៉ុន្តែ ខេត្តនេះ ពុំមានគោលដៅទេសចរណ៍បែបកែច្នៃ ឬបែបធម្មជាតិកែច្នៃជាដើម ដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវបាននោះទេ។ កង្វះខាតនូវរមណីយដ្ឋានបែបចម្រុះនេះ ជាពិសេសក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍តែមួយ ធ្វើឱ្យខេត្តសៀមរាបពុំមានលទ្ធភាពពេញលេញក្នុងការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរឱ្យមកធ្វើដំណើរកម្សាន្ត ឬស្នាក់នៅក្នុងតំបន់តែមួយនេះបានច្រើនថ្ងៃ។ តួយ៉ាង សម្រាប់ខេត្តសៀមរាប ភ្ញៀវទេសចរខ្លះមកលេងត្រឹមមួយថ្ងៃ ឬមួយថ្ងៃកន្លះ បន្ទាប់មកគេបន្តដំណើរទៅកម្សាន្តនៅតំបន់ផ្សេង និងពេលខ្លះចាកចេញទៅប្រទេសជិតខាងកម្ពុជា និងបន្តស្នាក់នៅទីនោះរយៈពេលយូរជាង។

១ កង្វះខាតមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍

បញ្ហាកង្វះខាតមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ដែលមានគុណភាព គឺជាបញ្ហាធំមួយរបស់ជាតិ ជាពិសេសនៅតំបន់ប៉ូលទេសចរណ៍ប៉ែកឦសាន។ បញ្ហាប្រឈមដែលទាក់ទងនឹងមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍នេះ កើតមានក្នុងរូបភាពដូចខាងក្រោម៖

- កង្វះខាតមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរដែលមានគុណភាព មានចំណេះច្បាស់លាស់ទាក់ទងនឹងវប្បធម៌ ព័ត៌ពិតប្រាកដអំពីតំបន់ភូមិសាស្ត្រ និងប្រវត្តិសាស្ត្ររបស់ខ្លួន។
- កង្វះមគ្គុទេសក៍ទេសចរដែលអាចផ្តល់សេវាកម្មដល់ភ្ញៀវដោយភាពកក់ក្តៅ ដែលបញ្ហានេះកើតមានច្រើនក្នុងចំណោមមគ្គុទេសក៍ភាសាចិនច្រើនជាងគេ។

លោក ង៉ែត ពិទូ[4] ប្រធានមន្ទីរទេសចរណ៍ខេត្តរតនគិរី ក៏បានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ផងដែរថា៖

«ក្នុងខេត្តរតនគិរីនេះ សឹងតែពុំទាន់មានមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ដែលមានកម្រិតចំណេះដឹងពីតំបន់របស់ខ្លួន មានបទពិសោធន៍ និងឆ្លងកាត់ការបណ្តុះបណ្តាលតាមបែបស្តង់ដាបច្ចេកទេសនៅឡើយទេ។ ដោយសារតែតម្រូវការជាក់ស្តែងនៃការកើនឡើងនៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ មគ្គុទេសក៍ដែលមានស្រាប់ គឺជាប្រជាជនមូលដ្ឋានដែលមានចំណេះដឹងបន្តិចបន្តួច ជាពិសេសចំណេះដឹងទាក់ទងនឹងវប្បធម៌ អារ្យធម៌ និងប្រវត្តិទីតាំងភូមិសាស្ត្រនានាក្នុងខេត្តជាដើម។ ពួកគេពុំបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលច្បាស់លាស់ និងពុំបានសិក្សាស៊ីជម្រៅខ្លាំងទៅលើចំណេះដឹងពីអត្តសញ្ញាណជាខ្មែរ ឬជនជាតិភាគតិចនៅតាមតំបន់ ព្រមទាំងសមត្ថភាពភាសាបរទេស ក្នុងការទំនាក់ទំនងក៏មានកម្រិតផងដែរ។»

បន្ថែមនឹងចំណុចខ្វះខាតទាំងនេះ លទ្ធផលស្រាវជ្រាវក៏បង្ហាញឱ្យឃើញថា ឫសគល់នៃបញ្ហាទាំងនេះ អាចដោយសារតែកត្តាធំៗពីរគឺ៖

- *កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទេសក៍ពុំមានស្តង់ដាច្បាស់លាស់*

  ខ្លឹមសារមេរៀនមួយចំនួន មានការប្រែប្រួលតាមគ្រូបណ្តុះបណ្តាល ជាពិសេសខ្លឹមសារមេរៀនទាក់ទងនឹងប្រវត្តិសាស្ត្រ និងវប្បធម៌។ ឧទាហរណ៍ ប្រវត្តិសាស្ត្រ និងវប្បធម៌ទាក់ទងនឹងតំបន់ទេសចរមួយចំនួននៅតាមបណ្តាខេត្តនានា មានការបកស្រាយផ្សេងៗគ្នាទៅតាមគ្រូបណ្តុះបណ្តាល ដែលធ្វើឱ្យមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ក្នុងជំនាន់ខុសគ្នា អាចបកស្រាយផ្សេងគ្នាទៅកាន់ភ្ញៀវចំពោះទីតាំងតែមួយ។

[4] គួរបញ្ជាក់ថា ការលេចនូវឈ្មោះបុគ្គលគោលដៅស្រាវជ្រាវនេះ ពុំប៉ះពាល់ដល់ក្រមសីលធម៌ស្រាវជ្រាវនោះទេ ដោយក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវបានធ្វើការស្នើសុំការអនុញ្ញាតពីលោក ង៉ែត ពិទូ ជាមុនដើម្បីលេចនូវឈ្មោះរបស់គាត់ក្នុងអត្ថបទស្រាវជ្រាវនេះ ត្រង់ចំណុចដែលចាំបាច់។

- *ក្រមសីលធម៌ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់មគ្គុទេសក៍*

  ការអនុវត្តការងារក្នុងនាមជាមគ្គុទេសក៍ ក៏ដូចជាការគ្រប់គ្រងផ្នែកសីលធម៌ និងក្រមសីលធម៌ មានភាពធូររលុងច្រើន ទាំងពីសំណាក់ក្រុមហ៊ុនដែលប្រើប្រាស់មគ្គុទេសក៍ផ្ទាល់ ក៏ដូចជាអាជ្ញាធរផងដែរ។

➲ ខ្វះភាពទាក់ទាញក្នុងសេវាទេសចរណ៍

តាមការសម្ភាសជាមួយក្រុមគោលដៅដែលជាប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ យើងអាចកំណត់បានថា វិស័យទេសចរណ៍របស់កម្ពុជាមានកង្វះខាតលើចំណុចទាក់ទាញបន្ថែម ដូចជាពុំសូវមានកម្មវិធីបែបសង្គម វប្បធម៌ជាដើមដើម្បីបំពេញចំណូលចិត្តភ្ញៀវ។ ការដាក់បញ្ចូលនូវកម្មវិធីបន្ថែមដូចជា ការជិះកន្ត្រក បាល់ឡុង កម្មវិធីជិះស៊ីក្លូ ជិះទូកកម្សាន្ត ទស្សនាស្ថានភាពរស់នៅជាក់ស្តែងរបស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងភូមិស្រុក ជាទិដ្ឋភាពទាក់ទាញខ្លាំងដែលគួរបញ្ចូលទៅក្នុងសេវាទេសចរណ៍ផ្សេងៗ។ ការបង្កើតឱ្យមានកម្មវិធីបែបសង្គម និងវប្បធម៌ (Social & Cultural Events/Festival) នៅតាមស្រុក ខេត្តនានា ក៏ដូចជាតំបន់ប៉ូលទេសចរណ៍ធំៗជាដើម ក៏ជាចំណុចទាក់ទាញបន្ថែមផងដែរសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ភ្ញៀវទេសចរបរទេសជាច្រើនដែលបានមកកម្សាន្តក្នុងប្រទេសកម្ពុជា តែងតែត្អូញត្អែរថា ពួកគេពុំមានឱកាសបានសិក្សាឈ្វេងយល់ពីវប្បធម៌ ប្រពៃណី និងការរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋនៅតាមទីជនបទ ឬតាមតំបន់ជនជាតិភាគតិចទេ ដោយសារតែយើងពុំមានការរៀបចំជាសកម្មភាពសង្គម ឬវប្បធម៌ ដើម្បីបង្ហាញ និងផ្សព្វផ្សាយពីវប្បធម៌ និងការរស់នៅរបស់ប្រជាជនកម្ពុជាឱ្យបានទូលំទូលាយដល់ពួកគេ។ ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិជាច្រើន ចង់មានឱកាសដោយផ្ទាល់ក្នុងការចូលរួមលេងកម្សាន្តសប្បាយក្នុងសកម្មភាពសង្គម ឬសកម្មភាពណាដែលអាចឆ្លុះបញ្ចាំងពីវប្បធម៌ និងការរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជាជាក់ស្តែង។

➲ តម្លៃខ្ពស់ពេលមានបុណ្យទានម្តងៗ

ចំពោះកម្ពុជា វាហាក់ដូចជារឿងធម្មតាទៅហើយដែលទំនិញ ជាពិសេសចំណីអាហារនៅស្ទើរគ្រប់គោលដៅទេសចរណ៍ និងរមណីយដ្ឋាននានាក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានតម្លៃខ្ពស់ជាងធម្មតាពេលមានបុណ្យទានម្តងៗ។ បន្ថែមពីលើតម្លៃទំនិញ និងអាហារឡើងខ្ពស់ គេក៏សង្កេតឃើញថា តម្លៃសម្រាប់កន្លែងស្នាក់ដូចជាផ្ទះសំណាក់ និងសណ្ឋាគារជាដើម ក៏មានការហក់ឡើងខ្ពស់ផងដែរក្នុងអំឡុងពេលមានបុណ្យទានធំៗ ឧទាហរណ៍ ក្នុងអំឡុងបុណ្យចូលឆ្នាំខ្មែរ ចូលឆ្នាំចិន បុណ្យភ្ជុំបិណ្ឌ និងថ្ងៃចូលឆ្នាំសកលជាដើម។ ការមិនអាចគ្រប់គ្រងតម្លៃទំនិញ ចំណីអាហារ និងកន្លែងស្នាក់នៅឱ្យស្ថិតនៅក្នុងកម្រិតមួយទទួលយកបាន ក៏ជាឧបសគ្គធំមួយសម្រាប់ទេសចរណ៍កម្ពុជា មិនត្រឹមតែទេសចរណ៍អន្តរជាតិនោះទេ ប៉ុន្តែក៏ប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងផងដែរដល់ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក។ ក្នុងរូបភាពរួម ការឡើងថ្លៃហួសកម្រិតបែបនេះ នឹងធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់កេរ្តិ៍ឈ្មោះកម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិផងដែរ ហើយផលដែលទទួលបានមកវិញ កម្ពុជាអាចនឹងត្រូវបានគេមើលឃើញក្នុងផ្លូវអវិជ្ជមាន និងមិនមែនជាគោលដៅទេសចរណ៍ដែលគួរឱ្យទាក់ទាញ។

➲ សោភណភាព អនាម័យ សណ្តាប់ធ្នាប់ និងសុវត្ថិភាព

បញ្ហាសោភណភាព អនាម័យ សណ្តាប់ធ្នាប់ និងសុវត្ថិភាព នៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍នានា នៅតែជាបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ជាតិ។ គេក៏សង្កេតឃើញថា នៅតាមរមណីយដ្ឋានជាច្រើន ពុំទាន់ឃើញមានការ

រៀបចំ ដើម្បីបង្កើតនូវអារម្មណ៍វិជ្ជមានដល់ភ្ញៀវទេសចរនៅឡើយទេ។ ពាក់ព័ន្ធនឹងសោភណភាព យើងសង្កេតឃើញថា ផ្លូវថ្នល់មួយចំនួននៅតាមរមណីយដ្ឋានខ្លះមានសភាពពិបាកធ្វើដំណើរ។ ជាឧទាហរណ៍ ផ្លូវមួយចំនួននៅក្នុងតំបន់ប្រាសាទបុរាណមានស្ថានភាពពិបាក កន្លែងខ្លះទៀត មានការដក់ទឹក ភក់ជ្រាំនៅរដូវវស្សា ដែលជារឿយៗ ធ្វើឱ្យមានការប្រឡាក់សម្លៀកបំពាក់របស់ភ្ញៀវដែលមកលេងកម្សាន្តទៀតផង។

តាមរមណីយដ្ឋាន ឬតំបន់គោលដៅកម្សាន្តខ្លះ មានការចោលសំរាមពាសវាលពាសកាល ខ្វះអនាម័យ និងពុំមានធុងសមរម្យ ដើម្បីទុកដាក់សម្រាម ឬកាកសំណល់នានាឱ្យបានគត់មត់នៅឡើយទេ។ កង្វះខាតបង្គន់សាធារណៈឱ្យស្របតាមនិយាមអនាម័យ នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នានា ក៏ជាបញ្ហាប្រឈមសំខាន់មួយទៀត។ គោលដៅទេសចរណ៍ខ្លះ មានការរៀបចំដែរ ប៉ុន្តែមានចំនួនតិច និងពេលខ្លះភ្ញៀវទេសចរត្រូវធ្វើដំណើរឆ្ងាយ ឬត្រឡប់មកដើមផ្លូវវិញដើម្បីអាចប្រើប្រាស់បង្គន់អនាម័យបាន។ ក្រៅពីបញ្ហាអនាម័យ យើងក៏សង្កេតឃើញមានរូបភាពមួយចំនួនដែលអាចធ្វើឱ្យប៉ះពាល់អារម្មណ៍របស់ភ្ញៀវក្នុងការដើរកម្សាន្តផងដែរ។ រូបភាពអវិជ្ជមានទាំងនោះមានដូចជា ការរៀបចំឱ្យមានអាសនៈ បែបសាសនាច្រើនពេក ការបណ្តោយឱ្យមានអ្នកសុំទាននៅតាមរមណីយដ្ឋាន ឬតាមជណ្តើរឡើងតំបន់ទេសចរមួយចំនួនជាដើម។

ដោយឡែក បញ្ហាសុវត្ថិភាពនៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍នានា ក៏ជាបញ្ហាចោទមួយទៀត បើទោះបីជាតំបន់មួយចំនួន ពិតជាមានការរក្សាសន្តិសុខ ឬសុវត្ថិភាពជូនភ្ញៀវទេសចរបានច្រើនក៏ដោយចុះ។ បើតាមការសាកសួរប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ មគ្គុទេសក៍ទេសចរ ក៏ដូចជាប្រជាពលរដ្ឋដែលប្រកបមុខរបរក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ បញ្ហាសុវត្ថិភាពតាមតំបន់ទេសចរណ៍កម្ពុជា កើតឡើងក្នុងរូបភាពជាច្រើនដូចជា៖

- ការកើតមានអំពើចោរកម្មលួចទ្រព្យសម្បត្តិភ្ញៀវនៅតាមតំបន់កម្សាន្តនានា (មាត់សមុទ្រ តាមផ្សារ និងតំបន់ប្រជុំជនមួយចំនួនទៀត)
- ចោរឆក់កាបូបតាមយានជំនិះនានា ដែលធ្វើឱ្យភ្ញៀវជាតិនិងអន្តរជាតិ ជួបគ្រោះថ្នាក់ជាញឹកញាប់ និងខ្លះឈានទៅដល់បាត់បង់ជីវិតក៏មាន
- ការបង្កនូវសកម្មភាពពាលា វាយតប់តាមកន្លែងកម្សាន្តនាពេលរាត្រីជាដើម តែងតែកើតមានជាហូរហែ ដែលបញ្ហាទាំងនេះ ក៏បានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់អារម្មណ៍របស់ភ្ញៀវដែរ។

១ បញ្ហាសំណុំលិខិតទិដ្ឋាការ[៩]

តាមរយៈការសម្ភាសជាមួយមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ និងប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ជាច្រើន យើងអាចកំណត់បានថាភាពមិនប្រក្រតីនៅតាមច្រកចេញចូលប្រទេសក៏ជាបញ្ហាចោទ ដែលបញ្ហាទាំងនេះកើតឡើងក្រោមរូបភាពដូចជា៖

- ការសុំកម្រៃបន្ថែមក្រៅផ្លូវការពីសំណាក់មន្ត្រីអន្តោប្រវេសន៍ដើម្បីសម្រួលបែបបទឯកសារឱ្យបានកាន់តែឆាប់រហ័សជាងមុន។

[៩] គួរបញ្ជាក់ថា ព័ត៌មានទាំងនេះ ក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវយើងទទួលបានផ្ទាល់ពីក្រុមគោលដៅ ប៉ុន្តែពុំបានធ្វើការផ្ទៀងផ្ទាត់ពីអាជ្ញាធរអន្តោប្រវេសន៍នោះទេ ដោយអ្នកស្រាវជ្រាវយល់ថា វាមានភាពចាំបាច់ក្នុងការសរសេរតាមលទ្ធផលជាក់ស្តែងពីក្រុមគោលដៅស្រាវជ្រាវ។

- បញ្ហាត្រួតពិនិត្យមានចំនួនតិចធ្វើឱ្យលំហូរនៃការត្រួតពិនិត្យយឺត ហើយភ្ញៀវមួយចំនួនត្រូវចំណាយពេលរង់ចាំទទួលសេវាកម្មយូរជាដើម
- ប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យនៅតាមច្រកព្រំដែន ឬព្រលានយន្តហោះជាដើម មានភាពស្មុគស្មាញ និងបង្កការលំបាកដល់ភ្ញៀវ។

១ កង្វះការផ្សព្វផ្សាយនៅក្រៅប្រទេស

បន្ថែមពីលើបញ្ហាប្រឈមខាងលើ យើងអាចកំណត់បានថា កង្វះខាតសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយពីទេសចរណ៍ជាតិ ក៏ដូចជាគោលដៅទេសចរណ៍នានាឱ្យបានទូលំទូលាយនៅក្រៅប្រទេស ក៏ជាបញ្ហាប្រឈមដ៏ចម្បងមួយផងដែរ។ ជាក់ស្តែង ក្រុមគោលដៅដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះបានបញ្ជាក់ថា ភ្ញៀវដែលមកទទួលសេវាកម្មរបស់គាត់ ពុំទទួលបានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់អំពីកម្ពុជាដូចប្រទេសជិតខាងរបស់យើងនោះទេ។ ប្រទេសជិតខាងយើងមានភាពសកម្មទាំងនៅក្នុង និងក្រៅប្រទេសលើកិច្ចការងារផ្សព្វផ្សាយពីគោលដៅទេសចរណ៍ សកម្មភាពសង្គម និងវប្បធម៌របស់ជាតិគេ ក្នុងគោលបំណងទាក់ទាញភ្ញៀវបរទេសឱ្យបានកាន់តែច្រើន។ ជាការពិត ជនជាតិបរទេសជាច្រើនពុំសូវស្គាល់កម្ពុជា ហើយបើស្គាល់ ក៏ដោយសារតែយើងមានអង្គរវត្តប៉ុណ្ណោះ ប៉ុន្តែភ្ញៀវទាំងនោះ ពុំមានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ទាក់ទងនឹងគោលដៅទេសចរណ៍ តំបន់ទេសចរណ៍ វប្បធម៌ ឬ សកម្មភាពទេសចរណ៍ដែលមានលក្ខណៈពិសេស ដើម្បីទាក់ទាញពួកគេនោះទេ។

៣.២. ដំណោះស្រាយដើម្បីនិរន្តរភាពទេសចរណ៍

បើទោះបីជា ការសិក្សានេះធ្វើឡើងស្របពេលដែលមានការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ក្នុងប្រទេសកម្ពុជាក្តី ដំណោះស្រាយដែលបានពីការសិក្សានេះ អាចប្រើប្រាស់បានចំពោះបញ្ហាប្រឈមទូទៅនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា និងអាចប្រើប្រាស់សម្រាប់កិច្ចការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តភាព ក្នុងរយៈពេលវែងផងដែរ។ ដំណោះស្រាយនិងគំនិតយុទ្ធសាស្ត្រដែលបានលើកឡើងខាងក្រោម ទាញចេញពីទស្សនៈរបស់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ មគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ និងក្រុមគោលដៅស្រាវជ្រាវផ្សេងទៀត។ ដោយឡែក ដំណោះស្រាយនិងយុទ្ធសាស្ត្រមួយចំនួន បានពីការសិក្សានិងវិភាគទៅលើមេរៀន និងបទពិសោធន៍របស់ប្រទេសជិតខាងកម្ពុជា ប្រទេសក្នុងតំបន់ និងយុទ្ធសាស្ត្រសកលក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តភាព។

១ ជំរុញទេសចរក្នុងស្រុក

ទេសចក្នុងស្រុកគឺជាកម្លាំងចលករដ៏សំខាន់ក្នុងការពង្រឹងវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ ជាពិសេសក្នុងដំណាក់កាលនៃការរងផលប៉ះពាល់ពីវិបត្តិផ្សេងៗរួមមានវិបត្តិនយោបាយ សេដ្ឋកិច្ច ជំងឺឆ្លង និងគ្រោះធម្មជាតិជាដើម។ ការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក នឹងបង្កើនភាពរឹងមាំបន្ថែមទៀតក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ។ ការបង្កើតឱ្យមានកញ្ចប់សេវាទេសចរណ៍សម្បូរបែបដូចជា ទេសចរជាក្រុម ទេសចរបែបគ្រួសារ ក៏អាចជាយន្តការដែលមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការលើកកម្ពស់ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកផងដែរ។ ការបង្កើតឱ្យមានកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌នៅតាមប៉ូលទេសចរណ៍ឬខេត្តគោលដៅសំខាន់ៗ ក៏ជាយន្តការមួយផងដែរក្នុងការទាក់ទាញទេសចរក្នុងស្រុក។

◌ ជំរុញទេសចរអន្តរជាតិ

ទេសចរអន្តរជាតិ ជាកត្តាកំណត់ដ៏សំខាន់ក្នុងការរីកចម្រើនក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដូចនេះ ការបង្កើតនូវយន្តការនានាដើម្បីជំរុញកំណើនទេសចរគឺជារឿងចាំបាច់សម្រាប់កម្ពុជា។ ជាមួយនឹងការធ្លាក់ចុះយ៉ាងគំហុកនៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិក្នុងអំឡុងវិបត្តិកូវីដ-១៩ បានបង្កឱ្យផលប៉ះពាល់ក្នុងរយៈពេលវែងសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ដើម្បីការបង្កើនទំនុកចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩ កម្ពុជាចាំបាច់ត្រូវប្រឹងប្រែង លើបញ្ហាអនាម័យ សុខភាព សុវត្ថិភាពចំណីអាហារ និងកន្លែងស្នាក់នៅជាដើម ដែលយន្តការទាំងឡាយត្រូវប្រកបដោយគុណភាព និងស្របតាមនិយាមសុខាភិបាលជាតិ និងអន្តរជាតិ។

ខាងក្រោមនេះ ជាយន្តការមួយចំនួនដែលកម្ពុជាអាចពិចារណាអនុវត្តដើម្បីជំរុញកំណើនទេសចរអន្តរជាតិ៖

- បង្កើនជើងយន្តហោះដែលអាចធ្វើដំណើរហោះហើរដោយផ្ទាល់ពីប្រទេសផ្សេងមកកាន់កម្ពុជាឱ្យបានកាន់តែច្រើន ដើម្បីជៀសវាងនូវការផ្ទេរភ្ញៀវនៅតាមប្រទេសជិតខាង
- សម្រួលបែបបទអន្តោប្រវេសន៍នៅតាមព្រលានយន្តហោះ ក៏ដូចជាតាមច្រកទ្វារអន្តរជាតិនានា ប្រកបដោយសេវាកម្មល្អ កក់ក្ដៅ និងមានភាពឆាប់រហ័ស
- ប្រតិបត្តិករទេសចរ ត្រូវរៀបចំឱ្យមានកញ្ចប់សេវាទេសចរសម្បូរបែប និងមានតម្លៃសមរម្យ ដោយភ្ញៀវអាចមានឱកាសកាន់តែច្រើនក្នុងការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍បានច្រើនកន្លែង នៅតាមប៉ូលទេសចរណ៍សំខាន់ៗ
- ផ្សព្វផ្សាយអំពីគោលដៅទេសចរណ៍កម្ពុជាទៅកាន់មជ្ឈដ្ឋានអន្តរជាតិ ឱ្យបានទូលំទូលាយ ដោយសហការជាស្ថានកុងស៊ុល ស្ថានទូតកម្ពុជានៅក្រៅប្រទេស ក៏ដូចជាប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិផងដែរ
- ការបង្កើតឱ្យមានកម្រងវីដេអូខ្លីៗស្ដីអំពីតំបន់ទេសចរណ៍កម្ពុជា និងផ្សព្វផ្សាយលើប្រព័ន្ធសារព័ត៌មានបរទេស ក្នុងស្រុក ក៏ដូចជាតាមបណ្ដាញសង្គមនានា ទៅកាន់សកលលោក
- ការចូលរួមសម្បទានពីរាជរដ្ឋាភិបាល តាមរយៈការទម្លាក់តម្លៃសំបុត្រយន្តហោះ ការរៀបចំបែបបទទិដ្ឋាការជាដើម ក៏អាចជាយន្តការទាក់ទាញមួយផងដែរសម្រាប់លើកទឹកចិត្តទេសចរអន្តរជាតិ។

◌ បណ្ដុះបណ្ដាលជំនាញគាំទ្រវិស័យទេសចរណ៍

ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញ ព្រមទាំងពង្រឹងនូវសេវាកម្មទេសចរណ៍របស់ខ្លួនឡើងវិញ រាជរដ្ឋាភិបាល ក៏ដូចជាស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនានាត្រូវរៀបចំបណ្ដុះបណ្ដាលជំនាញផ្សេងៗទាក់ទងទៅនឹងវិស័យទេសចរណ៍ដូចខាងក្រោម៖

- បណ្ដុះបណ្ដាលមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ ឱ្យយល់បានច្បាស់នូវវប្បធម៌របស់ខ្លួនដើម្បីផ្សព្វផ្សាយវប្បធម៌ជាតិទៅកាន់ពិភពលោក ហើយខ្លឹមសារដែលត្រូវបណ្ដុះបណ្ដាលត្រូវមានឯកលក្ខណៈភាព
- ពង្រឹងសមត្ថភាពអ្នកផ្ដល់សេវាកម្មពាក់ព័ន្ធនឹងទេសចរណ៍ រួមមានមគ្គុទេសក៍ ហាងអាហារ/ភោជនីយដ្ឋាន សណ្ឋាគារ/ផ្ទះសំណាក់ ព្រមទាំងអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត ដើម្បីរួមគ្នាបម្រើសេវាកម្មទេសចរណ៍ជូនភ្ញៀវប្រកបដោយគុណភាព និងភាពកក់ក្ដៅ។

➲ បង្កើនភាពទាក់ទាញលើសេវាទេសចរ

រាជរដ្ឋាភិបាល ក៏ដូចជាស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនានាគួរបន្ថែមភាពទាក់ទាញលើវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ តាមរយៈយន្តការមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- រៀបចំឱ្យមានកម្មវិធីបែបសង្គម និងវប្បធម៌ដែលជាអត្តសញ្ញាណរបស់ជាតិឱ្យបានគ្រប់ខេត្តក្រុង និងជាពិសេសបង្ហាញពីអត្តសញ្ញាណរបស់ខេត្តនីមួយៗ តំបន់នីមួយៗ ឬវប្បធម៌ប្រពៃណីរបស់ជនជាតិភាគតិចរបស់កម្ពុជា តាមរយៈកម្មវិធីទាំងនោះដល់ភ្ញៀវទេសចរ
- ជំរុញការវិនិយោគលើគោលដៅ និងផលិតផលទេសចរណ៍ដូចជា អេកូទេសចរណ៍ ទេសចរណ៍បែបកែច្នៃ ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ ។ល។ ឱ្យបានសម្បូរបែបបន្ថែមទៀតនៅតាមប៉ូលទេសចរណ៍ ឬខេត្តនានា
- រៀបចំសណ្តាប់ធ្នាប់ និងអនាម័យនៅតាមរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍គ្រប់ខេត្តក្រុងឡើងវិញ ដោយធ្វើការកាត់បន្ថយ ឬលុបបំបាត់នូវអ្នកសុំទាន តាជីយាយជីរៀបចំអសនៈតូចៗ តាមគោលដៅទេសចរណ៍មួយចំនួនដែលធ្វើឱ្យប៉ះពាល់អារម្មណ៍ភ្ញៀវ
- រៀបចំផ្លូវនៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍ឱ្យបានស្អាត និងមានសុវត្ថិភាព ជាពិសេសផ្លូវនានានៅតាមតំបន់ប្រាសាទ ឬតំបន់អង្គរទាំងមូល
- ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ពីស្តង់ដាអនាម័យ បរិស្ថាន សុវត្ថិភាពចំណីអាហារ និងកន្លែងស្នាក់នៅ តាមគោលដៅទេសចរណ៍ទាំងឡាយ
- យកចិត្តទុកដាក់គ្រប់គ្រងការកើនឡើងនៃតម្លៃទំនិញ ម្ហូបអាហារ និងកន្លែងស្នាក់នៅជាដើមក្នុងអំឡុងពេលមានបុណ្យទានម្តងៗ។

➲ រៀបចំផែនទីទេសចរណ៍

ការរៀបចំឱ្យមានផែនទីទេសចរណ៍សម្រាប់គ្រប់គោលដៅទេសចរណ៍ទាំងអស់នៅក្នុងប្រទេស ដោយមានព័ត៌មានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ដូចជាទីតាំងរមណីយដ្ឋាន សកម្មភាពកម្សាន្តសំខាន់ៗនៅតាមរមណីយដ្ឋាន ឬគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ ព័ត៌មានពីទីកន្លែងស្នាក់នៅ ហាងអាហារ មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ និងតម្លៃជាដើម គឺជារឿងចាំបាច់ដែលត្រូវធ្វើ។ លើសពីនេះ ការរៀបចំផែនទីបង្ហាញផ្លូវចាំបាច់ត្រូវមានភាសាច្រើន ជាពិសេសភាសាសម្រាប់ក្រុមគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗរបស់កម្ពុជាដូចជា ភាសាអង់គ្លេស បារាំង ចិន អេស្បាញ កូរ៉េ និងថៃជាដើម។

➲ ជំរុញទេសចរណ៍បែបសហគមន៍ និងអេកូទេសចរណ៍

ជាមួយនឹងកំណើននៃប្រជាប្រិយភាពរបស់ខ្លួន អេកូទេសចរណ៍ ក៏ដូចជាសហគមទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ និងធម្មជាតិ ត្រូវបានគេវាយតម្លៃខ្ពស់ក្នុងការចូលរួមជំរុញវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវលើបរិស្ថាន និងមនុស្សជំនាន់ក្រោយ។ ជាមួយនឹងសក្តានុពលធម្មជាតិ វប្បធម៌របស់ខ្លួន កម្ពុជាត្រូវប្រកាន់នូវយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ដោយផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងសហគមន៍ ប្រជាពលរដ្ឋ និងបរិស្ថាន ដើម្បីនិរន្តរភាពវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ។

បន្ថែមពីលើយុទ្ធសាស្ត្រ និងយន្តការសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ដែលបានលើកឡើងខាងលើ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាគួរយកចិត្តទុកដាក់បន្ថែមលើទម្រង់ទេសចរណ៍បែបថ្មីដូចជា ទេសចរណ៍ភ្លក់ម្ហូបអាហារ (gastronomy tourism) ទេសចរណ៍កីឡា (sport tourism) ទេសចរណ៍បែបផ្សងព្រេង (adventure tourism) ជាដើម។

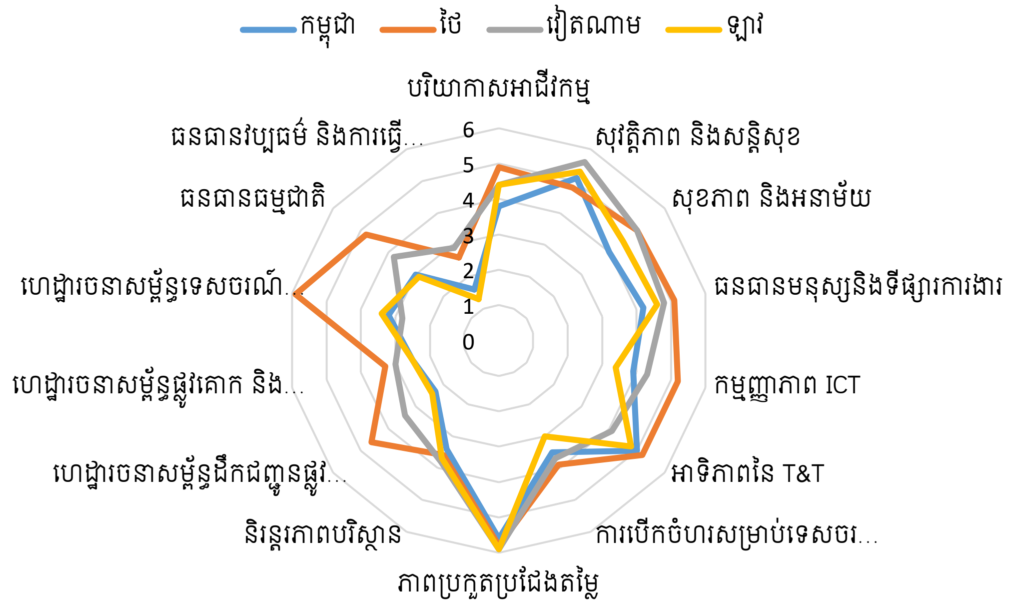
៤. ការពិភាក្សា

៤.១. បញ្ហាប្រឈមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

ការសិក្សានេះបានបង្ហាញឱ្យឃើញថា វិស័យទេសចរណ៍របស់កម្ពុជាកំពុងជួបប្រទះនូវបញ្ហាប្រឈមយ៉ាងច្រើនទាំងក្នុងក្របខណ្ឌរដ្ឋបាល ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ គោលដៅទេសចរ និងសេវាទេសចរណ៍ជាដើម។ បើពិនិត្យទៅលើបញ្ហាទាំងនេះ យើងសង្កេតឃើញថា បញ្ហាមួយចំនួនបានកើតឡើងយូរមកហើយ និងមិនទាន់មានវិធានការជាក់លាក់ណាមួយពីស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហានេះឱ្យបានសមស្របនៅឡើយទេ។ ជាក់ស្តែង បញ្ហាប្រឈមទាក់ទងនឹងការឡើងថ្លៃទំនិញ ម្ហូបអាហារ និងកន្លែងស្នាក់នៅអំឡុងពេលបុណ្យទានម្តងៗ ដែលជារឿយៗ គេតែងសង្កេតឃើញមានការត្អូញត្អែរអំពីបញ្ហានេះ នៅតាមបណ្តាញសារព័ត៌មានក្នុងស្រុក ឬតាមបណ្តាញសង្គមផងដែរ។ ជាមួយនឹងបញ្ហាប្រឈមដែលបានបង្ហាញខាងលើ យើងក៏សង្កេតឃើញថា ចំណុចមួយចំនួនមានទំនាក់ទំនងនឹងគ្នា ហើយអាចជាបុព្វហេតុនៃបញ្ហាប្រឈមផ្សេងទៀតផងដែរ។ ជាឧទាហរណ៍ កង្វះខាតកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌តាមគោលដៅទេសចរណ៍អាចជាមូលហេតុដែលធ្វើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាពុំសូវមានភាពទាក់ទាញក្នុងចំណោមភ្ញៀវជាតិ និងអន្តរជាតិ។

ទាក់ទងនឹងបញ្ហាប្រឈមនេះ របាយការណ៍សន្ទស្សន៍ភាពប្រកួតប្រជែងការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សកល ក៏បានបង្ហាញពីចំណុចខ្សោយជាច្រើននៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាដែលទាមទារឱ្យមានការកែលម្អ។

រូបភាពទី១៖ សន្ទស្សន៍ភាពប្រកួតប្រជែងការធ្វើដំណើរនិងទេសចរណ៍របស់ប្រទេសកម្ពុជាធៀបនឹងប្រទេសជិតខាង



ប្រភព៖ The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

បញ្ហាប្រឈមទាំងនោះមានដូចជា បរិយាកាសអាជីវកម្ម សុខភាពនិងអនាម័យ ធនធានមនុស្សបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍និងព័ត៌មាន(ICT)នៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ការបើកចំហជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ ការការពារបរិស្ថាន ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសម្រាប់ធ្វើដំណើរនិងបម្រើសេវាកម្មទេសចរណ៍ ការផ្សព្វផ្សាយនិងមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យបានទូលំទូលាយ (World Economic Forum, 2015 & 2019)។ បើប្រៀបធៀបជាមួយប្រទេសជិតខាង យើងឃើញថា កម្ពុជាមានការប្រកួតប្រជែងទាបជាងគេ បើទោះបីជាមានចំណុចមួយចំនួន កម្ពុជាមានស្ថានភាពប្រសើរជាងប្រទេសឡាវក្តី។

៤.២. ដំណោះស្រាយដើម្បីនិរន្តរភាពទេសចរណ៍

លទ្ធផលខាងលើបានបង្ហាញថា ដើម្បីលើកកម្ពស់និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ កម្ពុជាត្រូវផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការជំរុញនូវចលនាទេសចរណ៍ទាំងក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ ផ្តោតលើការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញពាក់ព័ន្ធនឹងទេសចរណ៍ ការរៀបចំផែនទីទេសចរណ៍ ពង្រឹងគុណភាពមគ្គុទេសក៍ និងលើកកម្ពស់ទេសចរណ៍បែបសហគមន៍ ឬអេកូទេសចរណ៍ជាដើម។ ការលើកកម្ពស់ចលនាទេសចរណ៍ទាំងក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុកគឺជាកិច្ចការចាំបាច់មួយក្នុងផែនការជំរុញ និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជាតិទាំងមូល ក៏ប៉ុន្តែ កិច្ចការនេះទាមទារនូវការវិនិយោគ និងការយកចិត្តទុកដាក់ឱ្យបានខ្ពស់ពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។ ការចូលរួមចំណែកនៃទេសចរក្រៅស្រុក បានស្តែងចេញជារូបភាពមីក្រូនិងម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច ដោយឡែកទេសចរក្នុងស្រុក បានចូលរួមពង្រឹងសេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន និងបង្កើតនូវប្រព័ន្ធភាពស៊ាំសម្រាប់ទេសចរណ៍ជាតិក្នុងករណីមានវិបត្តិណាមួយដូចជាវិបត្តិកូវីដ-១៩ជាដើម។ ជាមួយនឹងការជំរុញសកម្មភាពទេសចរក្នុងស្រុកនេះ លោក ធួន ស៊ីណា ប្រធានសមាគមទេសចរណ៍អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក បានលើកឡើងក្នុងកិច្ចសម្ភាសន៍ជាមួយកាសែតកោះសន្តិភាពកាលពីឆ្នាំ២០១៧ថា (កោះសន្តិភាព, ២០១៧)៖

> *«កំណើនភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក មិនត្រឹមតែជួយដល់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាននោះទេ តែក៏ជួយផ្តល់ការងារដល់ប្រជាពលរដ្ឋ កាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងកាត់បន្ថយការចំណាកស្រុកផងដែរ។»*

សកម្មភាពកម្សាន្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក បានផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ច្រើនដល់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន ព្រោះសកម្មភាពទាំងនេះ បានផ្តល់ផលប្រយោជន៍ផ្ទាល់ និងមិនផ្ទាល់ដល់សហគមន៍ តាមរយៈការបង្កើនប្រាក់ចំណូលប្រជាជនមូលដ្ឋាន បង្កើតការងារ មុខរបរ និងចូលរួមកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រផងដែរ (កោះសន្តិភាព, ២០១៧)។ ជាមួយនឹងចំណុចនេះ ការផ្សព្វផ្សាយអំពីគោលដៅទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ការបង្កើតឱ្យមានសកម្មភាពសង្គម-វប្បធម៌ ការបង្កើតនូវកញ្ចប់ទេសចរណ៍សម្បូរបែបដូចជាកញ្ចប់សេវាទេសចរណ៍បែបគ្រួសារ សហគមន៍ ធម្មជាតិជាដើម អាចជាយុទ្ធសាស្ត្រខ្លះៗ ក្នុងការជំរុញចលនាទេសចរក្នុងស្រុក។ ជាក់ស្តែង ការបង្កើតឱ្យមានកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នេះ មិនត្រឹមតែអាចចូលរួមក្នុងការជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវាក៏អាចជា យន្តការដ៏មានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការផ្សព្វផ្សាយពីវប្បធម៌ អារ្យធម៌ និងថែរក្សានូវអត្តសញ្ញាណរបស់ជាតិផងដែរ។ ក្នុងផែនការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍រយៈពេលយូរ និងប្រកបដោយនិរន្តរភាព កម្ពុជាអាចរៀបចំឱ្យមានកម្មវិធីបែបសង្គម និងវប្បធម៌ដែលបង្ហាញពីអត្តសញ្ញាណរបស់ជាតិឱ្យបានគ្រប់ខេត្តក្រុង និងជាពិសេសបង្ហាញពីអត្តសញ្ញាណរបស់ខេត្តនីមួយៗ តំបន់នីមួយៗ ឬវប្បធម៌ប្រពៃណីរបស់ជនជាតិភាគតិចរបស់តាមតំបន់ផ្សេងៗដល់ភ្ញៀវទេសចរ។

លទ្ធផលស្រាវជ្រាវនេះក៏បានបង្ហាញផងដែរថា កម្ពុជាពុំសូវមានសកម្មភាពខ្លាំងក្នុងការផ្សព្វផ្សាយពីគោលដៅទេសចរណ៍ និងផលិតផលទេសចរណ៍របស់ខ្លួនទៅកាន់ទីផ្សារបរទេស។ ការផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលទេសចរណ៍ជាតិ អាចធ្វើឡើងតាមរយៈកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌ ឬការរៀបចំជាវិដេអូខ្លីៗ អំពីតំបន់ទេសចរណ៍កម្ពុជាដោយចាក់ផ្សាយតាមប្រព័ន្ធសារព័ត៌មានបរទេស ក្នុងស្រុក ក៏ដូចជាបណ្តាញសង្គមនានាទៅកាន់ពិភពលោក។ ក្នុងបរិបទអាជីវកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយអំពីផលិតផលរបស់ខ្លួនទៅកាន់អតិថិជនគោលដៅ គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រគន្លឹះ និងដើរតួខ្លាំងជាងគេក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម។ ដូចគ្នាដែរ វិស័យទេសចរណ៍ប្រៀបបាននឹងអាជីវកម្មមួយរបស់ជាតិដែរ ដោយក្រៅអំពីការប្រឹងប្រែងបង្កើតផលិតផលថ្មីៗ ឱ្យមានភាពទាក់ទាញ មានគុណភាពហើយ កម្ពុជាចាំបាច់ត្រូវធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ និងបង្ហាញវាទៅកាន់អតិថិជន (ភ្ញៀវទេសចរជាតិនិងអន្តរជាតិ)។ ការសហការគ្នារវាងស្ថានទូត ស្ថានកុងស៊ុលនៅក្រៅប្រទេស ក្រសួងទេសចរណ៍ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងឡាយ ដើម្បីបង្ហាញពីវប្បធម៌ ក៏ដូចជាតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកទៅកាន់ពិភពលោក អាចជាវិធានការមានប្រសិទ្ធភាពមួយផងដែរ។

បន្ថែមពីលើនេះ ដំណោះស្រាយរយៈពេលវែងសម្រាប់កម្ពុជាក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ គឺត្រូវធ្វើយ៉ាងណាយកចិត្តភ្ញៀវឱ្យបាន និងធ្វើឱ្យភ្ញៀវទេសចរដែលមកទស្សនាប្រទេសកម្ពុជា ក្លាយជាអ្នកផ្សព្វផ្សាយបន្តអំពីទេសចរណ៍របស់កម្ពុជា។ ជាក់ស្តែង ការពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរទៅលើគោលដៅទេសចរណ៍ណាមួយ ត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាសសរស្តម្ភដ៏សំខាន់ក្នុងការបង្កើនភាពប្រកួតប្រជែងសម្រាប់គោលដៅទេសចរនោះ (Chi & Qu, 2008; Kung, 2018; Yeh, 2000)។ ជាមួយគ្នានេះ ការបង្កើននូវភាពទាក់ទាញអំពីគោលដៅ និងរមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍នានានៅកម្ពុជា អាចចូលរួមយ៉ាងច្រើនក្នុងការបំពេញចិត្តភ្ញៀវ ក៏ដូចជាដំណោះស្រាយដែលមានប្រសិទ្ធភាពបំផុតក្នុងដំណើរការ អភិវឌ្ឍវិស័យនេះ។ ការរៀបចំសណ្តាប់ធ្នាប់ ការយកចិត្តទុកដាក់លើបញ្ហាអនាម័យ សុវត្ថិភាពចំណីអាហារ និងការគិតគូរពីបញ្ហាសុខសុវត្ថិភាពសង្គម ក៏ជាកត្តាចាំបាច់បន្ថែមទៀតក្នុងការពង្រឹងទំនុកចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរផងដែរ។ ទោះជាយ៉ាងណា កិច្ចការនេះ ទាមទារឱ្យមានផែនការ យន្តការច្បាស់លាស់ មានការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងត្រូវពិចារណាទៅលើចំណុចសំខាន់ៗជាច្រើនទៀតដែលជាធាតុចម្បងនៃវិស័យទេសចរណ៍។

ពាក់ព័ន្ធនឹងភាពទាក់ទាញក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នេះ គេហទំព័រ Colorwhistle.com. បានលើកឡើងអំពីធាតុសំខាន់ៗចំនួន៥ (Colorwhistle.com., 2022) ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដែលកម្ពុជាអាចយកជាមេរៀនដើម្បីអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍របស់ខ្លួនបាន។ ធាតុសំខាន់ៗទាំងនោះមានដូចជា ភាពទាក់ទាញនៃគោលដៅទេសចរណ៍ (Attraction) សកម្មភាពកម្សាន្តតាមរមណីយដ្ឋានគោលដៅ (Activities) ភាពងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរក (Accessibility) ទីកន្លែងស្នាក់នៅ (Accommodation) និងសេវាឬបរិក្ខារបន្ថែមដូចជា ប្រព័ន្ធ WiFi, ផ្លាំងសាកទូរសព្ទ, ឧបករណ៍សម្ងួតសក់តាមផ្ទះសំណាក់និងសណ្ឋាគារជាដើម (Amenities)។ ការសិក្សាខ្លះទៀតបានលើកឡើងអំពីសេវាកម្មបដិសណ្ឋារកិច្ច (Hospitality), ប្រតិបត្តិករទេសចរនិងមគ្គុទេសក៍ (Operators) និងច្បាប់ ឬបទដ្ឋានគតិយុត្តិផ្សេងៗដែលចូលរួមជំរុញវិស័យនេះ ថាជាកត្តាបន្ថែមផ្សេងទៀត ដើម្បីពង្រឹងភាពទាក់ទាញនៃវិស័យទេសចរណ៍ផងដែរ។ តាមរយៈ បញ្ហាប្រឈមនៃទេសចរណ៍កម្ពុជាដែលបានបង្ហាញខាងលើ សុទ្ធតែមានទំនាក់ទំនងនឹងកត្តាដែល Colorwhistle.com (2022) បានលើកឡើង។

លទ្ធផលខាងលើក៏បានបង្ហាញពីបញ្ហាប្រឈមពាក់ព័ន្ធនឹងមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ ហើយបើតាម Ahmed Kamel (2021) ក៏បានលើកឡើងផងដែរថា មគ្គុទេសក៍បានដើរតួយ៉ាងសំខាន់ ព្រោះពួកគេមានទំនាក់ទំនងដោយ

ផ្ទាល់ជាមួយភ្ញៀវទេសចរ។ សេវាកម្មដែលផ្តល់ដោយមគ្គុទេសក៍ អាចដើរតួជាកាតាលីករជំរុញវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យមានភាពរីកចម្រើន ប៉ុន្តែពួកគេក៏អាចក្លាយទៅជាឧបករណ៍បំផ្លាញវិស័យនេះវិញផងដែរ ប្រសិនបើមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ខ្វះជំនាញវិជ្ជាជីវៈត្រឹមត្រូវ។ ក្រៅពីការពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍ពីសំណាក់មគ្គុទេសក៍ គុណភាពសេវាកម្មតាមហាងអាហារ/ភោជនីយដ្ឋាន សណ្ឋាគារ/ផ្ទះសំណាក់ ព្រមទាំងអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត ក្នុងគោលដៅបម្រើសេវាកម្មទេសចរណ៍ជូនភ្ញៀវប្រកបដោយគុណភាព និងភាពកក់ក្តៅក៏ជាដំណោះស្រាយសំខាន់ផងដែរ។

ការសិក្សានេះបានបង្ហាញថា ទេសចរណ៍បែបសហគមន៍ និងអេកូទេសចរណ៍ជាដើម គឺជាគោលដៅទេសចរណ៍នាពេលអនាគត និងជាប្រភេទផលិតផលទេសចរណ៍ដែលមាននិរន្តរភាព និងប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ។ អេកូទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍បែបសហគមន៍ ត្រូវបានគេវាយតម្លៃខ្ពស់ក្នុងការចូលរួមជំរុញវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវលើបរិស្ថាន ចូលរួមលើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជនមូលដ្ឋាន និងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ដើម្បីមនុស្សជំនាន់ក្រោយ (Biddulph, 2018; Mao, Grunfeld, DeLacy & Chandler, 2014)។ ពាក់ព័ន្ធនឹងចំណុចនេះ Ait-Yahia Ghidouche and Ghidouche (2019) បានគូសបញ្ជាក់ថា នៅប្រទេសជាច្រើន ទម្រង់អេកូទេសចរណ៍ថ្មីដូចជាសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ (CBET) ទេសចរណ៍សាមគ្គី (solidarity tourism) និងទេសចរណ៍សមធម៌ (equitable tourism) ត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទេសចរណ៍ប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវចំពោះបរិស្ថាន និងដើម្បីកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាននៃការកើនឡើងនូវសកម្មភាពទេសចរណ៍។ ជាមួយនឹងសក្តានុពលធម្មជាតិ សង្គម និងវប្បធម៌របស់ខ្លួន កម្ពុជាត្រូវប្រកាន់ខ្ជាប់នូវផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ ដោយផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងសហគមន៍ ប្រជាពលរដ្ឋ និងបរិស្ថាន ដើម្បីនិរន្តរភាព។ ខេត្តជាច្រើនក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដូចជា ខេត្តកាគព្លិសាន ភាគពាយព្យ ខេត្តពោធិ៍សាត់ កំពត កោះកុង និងព្រះសីហនុជាដើម សុទ្ធតែមានអំណោយផលខ្ពស់ដល់ការអភិវឌ្ឍសហគមអេកូទេសចរណ៍។ ភាពសម្បូរបែបនៃសម្រស់ធម្មជាតិ ទឹកធ្លាក់ ជួរភ្នំ តំបន់ព្រៃលិចទឹក ព្រៃកោងកាង។ល។ ដែលមាននៅខេត្តទាំងនេះ សុទ្ធតែអាចធ្វើការកែច្នៃឱ្យក្លាយទៅជារមណីយដ្ឋានសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ។

ជាមួយនឹងអត្ថប្រយោជន៍នៃអេកូទេសចរណ៍ និងសហគមទេសចរណ៍នេះ Kim and Park (2016) as cited in Ait-Yahia Ghidouche and Ghidouche (2019) បានគូសបញ្ជាក់ថា ការបង្កើតឱ្យមានសហគមអេកូទេសចរណ៍អាចផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនដូចខាងក្រោម៖

- ពង្រឹង និងពង្រីកយន្តការការពារបរិស្ថានធម្មជាតិ និងរួមចំណែកដោយសមធម៌ក្នុងការលើកកម្ពស់ និងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចសង្គម
- រួមចំណែកដល់សហគមន៍ និងប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋានដោយផ្ទាល់ក្នុងការធ្វើឱ្យមានភាពប្រសើរឡើងនូវការរស់នៅរបស់ពួកគេ
- ផ្តល់នូវគុណតម្លៃនៃវប្បធម៌អប់រំ ប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ និងបទពិសោធន៍ល្អៗសម្រាប់មនុស្សជំនាន់ក្រោយ។

ការជំរុញឱ្យមានដំណើរការល្អនៃសហគមទេសចរណ៍ ទាមទារឱ្យមានការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធជាច្រើន។ កន្លងមកកម្ពុជាធ្លាប់អនុវត្តនិងលើកទឹកចិត្តការបង្កើត និងដាក់ឱ្យដំណើរការសហគមទេសចរណ៍ ដែលជាក់ស្តែង មានសហគម

ទេសចរណ៍ជាច្រើនបានបង្កើតឡើង។ ទោះជាយ៉ាងណា ការដំណើរការសហគមទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា ជួបប្រទះនូវបញ្ហាប្រឈមច្រើនដែលក្នុងនោះមាន កង្វះនូវការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់សហគមន៍ផ្ទាល់ ការចូលរួមពីរាជរដ្ឋាភិបាល ការខ្វះខាតធនធានក្នុងការពង្រីកនិងអភិវឌ្ឍសហគម និងបញ្ហាប្រឈមទាក់ទងនឹងជំនាញផ្សេងៗដើម្បីបង្កើននូវភាពទាក់ទាញរបស់សហគមន៍ដល់ភ្ញៀវទេសចរជាដើម[6]។

៥. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

យើងសង្កេតឃើញថា បើទោះបីជាវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាមានការរីកចម្រើនខ្លាំង មុនការកើតមាននៃវិបត្តិកូវីដ-១៩ក្តី ជាក់ស្តែង វិស័យនេះក៏បង្កប់នូវបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួនផងដែរ។ តាមរយៈការស្រាវជ្រាវនេះ បញ្ហាប្រឈមដែលអាចកំណត់បានមានដូចជា កង្វះខាតនូវភាពទាក់ទាញក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ កង្វះនូវមេណីយដ្ឋានសម្បូរបែប ការកេងប្រវ័ញ្ចមួយចំនួនក្នុងសេវាកម្មទេសចរណ៍ បញ្ហាអនាម័យ សណ្តាប់ធ្នាប់ និងសុវត្ថិភាពជាដើម។ ក្រៅពីនេះ បញ្ហាប្រឈមទាក់ទងនឹងមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ ស្ថានភាពផ្លូវថ្នល់ កង្វះខាតកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌ដែលអាចទាក់ទាញភ្ញៀវក៏ជាចំណុចក្តៅដែលអាចបង្អាក់នូវការរីកចម្រើននៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាផងដែរ។

ជាមួយនឹងគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព កម្ពុជាគួរមានវិធានការ និងផែនការច្បាស់លាស់ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមដែលកើតមាន ក៏ដូចជារៀបចំយន្តការរយៈពេលវែងដើម្បីអភិវឌ្ឍវិស័យនេះសម្រាប់ជនជំនាន់ក្រោយ។ តាមរយៈការសិក្សា និងវិភាគឯកសារផ្សេងៗ យើងអាចកំណត់បាននូវយន្តការ និងយុទ្ធសាស្ត្រទេសចរណ៍មួយចំនួនដូចជា ការជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ទាក់ទាញទេសចរក្រៅស្រុក ការបង្កើតឱ្យមានសកម្មភាពឬកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌ដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ គឺជាយន្តការចាំបាច់សម្រាប់កម្ពុជា។ ការសម្រួលបែបបទរដ្ឋបាល និងអន្តោប្រវេសន៍ និងការជំរុញនូវសកម្មភាពទេសចរបែបសហគមន៍ អេកូទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍សាមគ្គីជាដើម គឺជាយន្តការបន្ថែមទៀតដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរណ៍សម័យថ្មី និងមានចក្ខុវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព។

បើទោះបីជាយ៉ាងណា ដើម្បីតាមឱ្យទាន់និន្នាការនៃការអភិវឌ្ឍក្នុងវិស័យនេះ ក៏ដូចជាបំពេញតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវ និងដើម្បីចូលរួមក្នុងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ក៏ដូចជាការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាព បូកផ្សំជាមួយនឹងការរីករាលដាលជាសកលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ កម្ពុជាគួរប្រកាន់នូវជំហរមួយចំនួនដូចជា ប្រកាន់ឱ្យខ្ជាប់ខ្ជួននូវវិធានអនាម័យ និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ដោយមានទំនួលខុសត្រូវខ្ពស់លើផលប៉ះពាល់ទៅលើបរិស្ថាន និងប្រជាជនរស់នៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍ជាដើម៕

[6] ដកស្រង់ចេញពីខ្លឹមសារសម្ភាសប្រធានសហគមទេសចរណ៍ចំបក់ ក្នុងខេត្តកំពង់ស្ពឺ

ឯកសារយោង

ក្រសួងទេសចរណ៍. (២០១៦). សៀវភៅស ស្តីពី« China Ready» សម្រាប់ទេសចរណ៍កម្ពុជា.

ក្រុមធនាគារពិភពលោក. (២០២០). បច្ចុប្បន្នភាពសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា៖ កម្ពុជានៅក្នុងកាលទេសៈមានវិបត្តិកូវីដ-១៩. ភ្នំពេញ, កម្ពុជា.

កោះសន្តិភាព. (២០១៧). កំណើនទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកកំពុងជួយដល់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន. ដកស្រង់ពីគេហទំព័រ https://kohsantepheapdaily.com.kh/article/171626.html

នាយដ្ឋានទេសចរណ៍. (២០២០). របាយការណ៍ស្ថិតិទេសចរណ៍ឆ្នាំ២០២០. ក្រសួងទេសចរណ៍.

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា. (២០១១). កម្រងច្បាប់និងបទបញ្ញត្តិស្តីពីការវិនិយោគនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា. គណកម្មាធិការវិនិយោគកម្ពុជានៃក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា.

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា. (២០១២). ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍២០១២-២០២០. ក្រសួងទេសចរណ៍, ភ្នំពេញ.

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា. (២០១៨). គោលនយោបាយជាតិអេកូទេសចរណ៍២០១៩-២០៣០. ភ្នំពេញ.

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា. (២០២១). ផែនទីចង្អុលផ្លូវស្តីពីផែនការស្តារនិងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងនិងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (COVID-19).

អ៊ឹម រចនា. (២០១៥). វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា៖ ល្អប្រសើរតែនៅមានឧបសគ្គ. ដកស្រង់ពីគេហទំព័រ https://www.rfi.fr/km/cambodia/tourism-in-cambodia-is-better-yet-there-are-some-obstacles-09-09-2015

Ahmed Kamel, N. (2021). Role of Tour Guides in Tourism Promotion and Impact on Destination Image and Tourist Revisit Intention in Egypt: A PLS-SEM Model. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality (JAAUTH)*, *20*(1), 78–110. https://doi.org/10.21608/jaauth.2021.58545.1121

Ait-Yahia Ghidouche, K., & Ghidouche, F. (2019). Community-based ecotourism for preventing overtourism and tourismophobia: Algerian associations' viewpoints. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, *11*(5), 516–531. https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2019-0035

Biddulph, R. (2018). Social enterprise and inclusive tourism. Five cases in Siem Reap, Cambodia. Tourism Geographies, 20(4), 610–629. doi:10.1080/14616688.2017.1417471

Chheang, V (2009). "Hun Sen's Talks and Cambodia's Tourism Development: The Discourse of Power." Ritsumeikan Journal of Asia Pacifi c Studies 25 (March): 85-105.

Chheang, V. (2010). Tourism and Local Community Development in Siem Reap. Journal of Asia Pacific Studies, 27, 85–101.

Chi, C. G.-Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. Tourism Management, 29(4), 624-636. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007

Colorwhistle.com. (2022). What Are The 5 A's of Tourism? Retrieved from: https://colorwhistle.com/travel-tourism-components/

Dahles, H., Khieng, S., Verver, M., & Manders, I. (2019). Social entrepreneurship and tourism in Cambodia: advancing community engagement. *Journal of Sustainable Tourism*, *28*(6), 816–833. https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1706544

Kung, R. (2018). A Study of the Tourists Expectation, Satisfaction and Revisiting Intention in the Neiwan, Hsinchu. International Journal of New Developments in Engineering and Society, 2(1), 43-49. https://doi.org/10.25236/IJNDES.18111.

Mao, N. (2015). The role of tourism in poverty reduction: a case study of Siem Reap-Angkor region, Cambodia (Doctoral dissertation, Victoria University.

Mao, N., Grunfeld, H., DeLacy, T., & Chandler, D. (2014). Agriculture and tourism linkage constraints in the Siem Reap-Angkor region of Cambodia. Tourism Geographies, 16(4), 669–686. doi:10.1080/14616688.2014.915878

Ministry of Tourism. (2019). Annual report on tourism statistic 2019. Tourism Statistic Department, Ministry of Tourism, Phnom Penh, Cambodia.

Ministry of Tourism. (2020). Annual Report on Tourism Statistics 2020. Phnom Penh, Cambodia.

OECD. (2020). *OECD Tourism Trends and Policies 2020*. https://doi.org/10.1787/d8fbf45e-en

Post News. (2016). ផែនការកែទម្រង់វិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាផ្តោតលើមុំ៤ជាអាទិភាព. ដកស្រង់ពីគេហទំព័រ៖ https://postnews.com.kh/komsan/34906

Sharpley, R., & McGrath, P. (2016). Tourism in Cambodia: Opportunities and challenges. The handbook of contemporary Cambodia, 107-118.

Ministry of Tourism. (2003). *Tourism Development* (Issue June).

World Economic Forum (2015). The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015. Geneva: World Economic Forum.

World Economic Forum. (2019). The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019. Geneva: World Economic Forum.

Yeh, M. (2000). A Study on Tourist Satisfaction of Coastal Recreational Activities in the Jyibey Island of Penghu s [Unpublished master's thesis]. Shih Hsin University eTheses Repository.

មឿង ចំរើន

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្របរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់៖

- ពាណិជ្ជសាស្ត្រ (សាកលវិទ្យាល័យបាត់ដំបង)

ចំណង់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖

- សេដ្ឋកិច្ចសង្គម
- ទីផ្សារ
- ទេសចរណ៍

លី គុង

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖

- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ជំនាញការអប់រំគណិតវិទ្យា
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់រដ្ឋបាលអប់រំ
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់គណិតវិទ្យា

ចំណង់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖

- ការរៀននិងយល់ខុសរបស់សិស្សក្នុងការសិក្សាមុខវិជ្ជាគណិតវិទ្យា
- ការអប់រំគណិតវិទ្យា
- វិទ្យាសាស្ត្រទិន្នន័យ

បណ្ឌិត ផុន កសិកា

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖

- បណ្ឌិតជំនាញបុរាណវត្ថុវិទ្យា
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ជំនាញបុរាណវត្ថុវិទ្យា

ចំណង់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖

- ស្រាវជ្រាវលើវិស័យវប្បធម៌ និងបុរាណវត្ថុវិទ្យា

បណ្ឌិត តូច សុធារី

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖

- បណ្ឌិតនយោបាយអន្តរជាតិ
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ជំនាញការសិក្សាអភិវឌ្ឍន៍

ចំណង់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖

- ទំនាក់ទំនងអន្តរជាតិ
- នយោបាយការបរទេស
- ការចូលរួមរបស់យុវជនក្នុងកិច្ចការនយោបាយ និងសង្គម