

របាយការណ៍វឌ្ឍនភាពការងាររបស់ក្រសួងទេសចរណ៍

ជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

១. ការធ្វើពិធីកម្ម និងប្រែក្លាយផលិតផល សេវាកម្ម គោលដៅទេសចរណ៍ទៅជាបទពិសោធន៍ ទេសចរណ៍

- ក្រៅពីការពង្រឹងបទពិសោធន៍នៃទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌ និងទេសចរណ៍ទីក្រុងសៀមរាប ក្រសួង ទេសចរណ៍បាននិងកំពុងជំរុញការអភិវឌ្ឍ៖
 - ប្រភេទទេសចរណ៍ MICE ។ ក្នុងឆ្នាំ២០២៥ នេះ មានមូលដ្ឋានអាជីវកម្មចំនួន៦ទីតាំង ទទួលបានការបញ្ជាក់ទទួលស្គាល់ជាសណ្ឋាគារមាន៖ ក-ប្រភេទបន្ទប់ប្រជុំ (J7 Angkor Hotel, Angkor Paradise) ខ-ប្រភេទសាលពិព័រណ៍ (Sokha Siem Reap Hotel, SOKHALAY ANGKOR RESORT &SPA, Prince Angkor) គ-ប្រភេទសាលរៀបចំ ព្រឹត្តិការណ៍ (Empress Angkor Hotel) ទទួលបានស្តង់ដារទេសចរណ៍អាស៊ាននៅទីក្រុង សេប៊ូល ប្រទេសហ្វីលីពីន, មូលដ្ឋានអាជីវកម្ម (Phum Baitang (Cambodia) Co., Ltd) ទទួលបានស្តង់ដារទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាពអាស៊ាន (ASTA)។
 - ប្រភេទទេសចរណ៍សាសនា ដោយសហការជាមួយវិស័យឯកជនបានរៀបចំកញ្ចប់ ទេសចរណ៍សាសនា ពិសេសពីប្រទេសឥណ្ឌា ខណៈពេលដែលឆ្នាំ២០២៥នេះ កម្ពុជាបាន ធ្វើជាម្ចាស់ផ្ទះនៃវេទិកាទេសចរណ៍ និងវប្បធម៌ ព្រះពុទ្ធសាសនា ឆ្នាំ២០២៥ (Buddhist Culture and Tourism Forum 2025)
 - ប្រភេទទេសចរណ៍ធម្មជាតិ ចីរភាព និងជីវចម្រុះនៅតំបន់ភ្នំគូលែន និងតំបន់បឹងទន្លេសាប
 - ប្រភេទទេសចរណ៍សិក្សាស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកស្រាវជ្រាវ និងរបស់សិស្សនិស្សិតមកពីប្រទេស អង់គ្លេស អូស្ត្រាលី បារាំង អាឡឺម៉ង់ ជប៉ុន និងសិង្ហបុរីជាដើម។
 - ប្រភេទទេសចរណ៍ម្ហូបអាហារ តាមរយៈការរៀបចំកញ្ចប់ទេសចរណ៍ផ្សារភ្ជាប់នឹងកម្មវិធីទ ស្សនានិងភ្នាក់ងារនៅសៀមរាប និងការរៀនធ្វើម្ហូបខ្មែរ។ ស្របជាមួយគ្នានេះ ក្រសួងកំពុង សហការជាមួយសមាគមចុងភៅនិងអ្នកជំនាញ អភិវឌ្ឍមុខម្ហូបប្រចាំតំបន់និងខេត្តទូទាំង ប្រទេសជាមួយ និងដោយឡែកសម្រាប់ខេត្តសៀមរាប
 - ប្រភេទទេសចរណ៍កីឡាក្នុងនោះរួមមានកីឡាជិះកង់កម្សាន្ត, កញ្ចប់ទេសចរណ៍វាយកូនហ្លួ លចុងសប្តាហ៍,...។
- ការធ្វើពិធីកម្មគោលដៅទេសចរណ៍៖ ក្រសួងទេសចរណ៍ បានសហការជាមួយរដ្ឋបាលខេត្ត សៀមរាប និងក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ជំរុញការធ្វើពិធីកម្មគោលដៅទេសចរណ៍ពីតំបន់ប្រាសាទ

និងបេតិកភណ្ឌ ទៅតំបន់ភ្នំគូលែន និងតំបន់បឹងទន្លេសាប ដោយកំពុងគិតគូរបំពេញចន្លោះខ្លះខាតនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីទេសចរណ៍ក្នុងការជំរុញអោយប្រព័ន្ធដំណើរកម្សាន្តអាចដំណើរការទៅមានលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធ។

- ក្រសួងទេសចរណ៍បាននិងកំពុងសិក្សាបង្កើតរបៀងទេសចរណ៍ក្នុងខេត្តសៀមរាប និងខេត្តក្លាស្ទែរជំរុញសៀមរាបក្នុងនោះរួមមាន របៀងទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌនិងប្រវត្តិសាស្ត្រសម្រាប់៦ទៅ៧យប់, របៀងទេសចរណ៍ធម្មជាតិដីវចម្រុះសម្រាប់២យប់, របៀងទេសចរណ៍សាសនា២ទៅ៣យប់ និងរបៀងទេសចរណ៍សក្តានុពលផ្សេងៗទៀត។

២. ការជំរុញចលនាទេសចរណ៍នាវដូវកាលបែតងតាមរយៈយុទ្ធនាការទស្សនាកម្មជានាវដូវកាលបែតង៖

- ការដាក់ចេញយុទ្ធនាការទស្សនាក្នុងរដូវកាលបែតងឆ្នាំ២០២៥ទទួលបានជោគជ័យ និងបានជួយសម្រួលដល់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មនៅខេត្តសៀមរាបមួយផ្នែកធំ។ គិតចាប់ពីខែឧសភា ដល់ខែតុលា ទេសចរជាតិទៅលេងនៅខេត្តសៀមរាប មានចំនួន ៥៩,៤ម៉ឺន នាក់ និងទេសចរអន្តរជាតិចំនួន ២៩ម៉ឺននាក់។
- ការផ្សព្វផ្សាយយុទ្ធនាការទស្សនាកម្មជានាវដូវកាលបែតងតាមរយៈបណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមហ្វេសប៊ុក ដោយសរុប មាតិកា ៣៧៦ ត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយ មានអ្នកទស្សនាប្រមាណ ៨៦លានដង អ្នកចូលចិត្ត (Likes) ប្រមាណ ២៦លាន Likes ចែករំលែក (Shares) ប្រមាណ ២៥ម៉ឺនដង និងផ្តល់មតិ (Comments) ប្រមាណ ៥ម៉ឺន Comments ។
- បានជំរុញដំណើរកម្សាន្តរបស់ក្រុមហ៊ុនឯកជន អង្គការ និងពិសេសសិស្ស-និស្សិតចុះទស្សនកិច្ចសិក្សា ជាលទ្ធផល គ្រឹះស្ថានអប់រំសាធារណៈ និងឯកជនចំនួន ១៣ បានយល់ព្រមផ្តល់កិច្ចសហការ និងរៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចសិក្សាសម្រាប់សិស្សនិស្សិត និងបុគ្គលិកអប់រំចំនួន ៣៣០៥ អង្គ/នាក់ ទៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗរបស់កម្ពុជា ជាពិសេសទៅតំបន់សៀមរាបអង្គរក្នុងរដូវកាលបែតងឆ្នាំ២០២៥។

៣. ការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ និងកិច្ចប្រជុំនានា៖

ក្រសួងទេសចរណ៍និងក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធបានជំរុញអោយមានការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ និងកិច្ចប្រជុំនានានៅខេត្តសៀមរាប ពិសេសនាវដូវកាលបែតង។ ក្រសួងទេសចរណ៍បានរៀបចំ៖

- សិក្ខាសាលាថ្នាក់តំបន់អាស៊ានពង្រឹងសមត្ថភាពគ្រូបង្គោលស្តីពី “វិធានសុវត្ថិភាព និងអនាម័យអាស៊ានសម្រាប់ប្រតិបត្តិករ និងសហគមន៍នៅក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍អាស៊ាន”, សិក្ខាសាលាពិគ្រោះយោបល់ស្តីពី «ការសិក្សាលទ្ធភាពក្នុងការកំណត់ឧត្តមភាពសេវាកម្ម ការអភិវឌ្ឍជំនាញ និងនវានុវត្តន៍ទេសចរណ៍ (The Feasibility Study for Service Excellence, Skills Development, and Innovative Tourism), វគ្គបណ្តុះបណ្តាលគ្រូបង្គោលលើកទី១ ស្តីពី «សេ

វាកម្មឧត្តមភាព ការអភិវឌ្ឍជំនាញ និងនវានុវត្តន៍ទេសចរណ៍សម្រាប់បណ្តាប្រទេសមេគង្គ-ឡានឆាង», កម្មវិធីផ្លាស់ប្តូរទូទៅទេសចរណ៍វ័យក្មេងមេគង្គ-ឡានឆាង,

- រៀបចំវេទិការថ្នាក់ជាតិ បណ្តាញអេកូទេសចរណ៍បឹងទន្លេសាបប្រចាំឆ្នាំលើកទី២ ក្រោមប្រធានបទ៖ “ទេសចរណ៍ និងអេកូទេសចរណ៍ជាប្រភពចំណូលដ៏សំខាន់សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច គ្រួសារប្រជាសហគមន៍ និងការគ្រប់គ្រងធនធានធម្មជាតិនៅតំបន់បឹងទន្លេសាប”។
- ព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍បរិស្ថានកំពង់ក្តុកថ្ងៃទី១៥ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៥ អ្នកចូលរួមប្រមាណ ២០០០០នាក់
- កិច្ចប្រជុំ និងព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ និងកីឡាជាច្រើនទៀត។

៤. ការផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារ និងជំនួបធុរកិច្ច

- ការផ្សព្វផ្សាយសក្តានុពល និងពង្រឹងម៉ាកគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប៖
 - ក្រសួងទេសចរណ៍បានធ្វើការផ្សព្វផ្សាយពីគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបតាមគ្រប់រូបភាព ទាំងតាមរយៈទូរទស្សន៍ និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល
 - បានផលិតSpot ផ្សព្វផ្សាយទាក់ទាញទេសចរចំនួន ១៥វីដេអូ និងវីដេអូផ្សព្វផ្សាយអំពីសក្តានុពលខេត្តសៀមរាប មាន ៧វីដេអូ ត្រូវបានចែកចាយយ៉ាងផុលផុស
 - បានអញ្ជើញអ្នកផលិតមាតិកាឈ្មោះ Yin Yitian (ចិន) ផលិតមាតិកានៅខេត្តសៀមរាបសម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយលើ បណ្តាញសង្គម Red Note និង អ្នកផលិតមាតិកាជនជាតិចិនចំនួន ៥ នាក់ ផលិតមាតិកានៅខេត្តសៀមរាបសម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយលើបណ្តាញសង្គមរបស់ចិន (សហការជាមួយ TUNIU)
 - បានអញ្ជើញអ្នកផលិតមាតិកាមកពីប្រទេសម៉ាឡេស៊ី ជប៉ុន បារាំង និង នូវែលសេឡង់ សរុបចំនួន ១០ នាក់ និង ក្រុមការងារចំនួន ០២ នាក់ ផលិតមាតិកា នៅខេត្តសៀមរាប (សហការជាមួយក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ FireFly)
 - បានរៀបចំ FAM Trip សម្រាប់ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍អន្តរជាតិ, ទស្សនាវដ្តី, អ្នកសារព័ត៌មាននិងទូរទស្សន៍ និង អ្នកផលិតមាតិកា (Influencers)នៅកម្ពុជា បានសរុបចំនួន ១៩ ដង មកពី អង់គ្លេស អូស្ត្រាលី នូវែលសេឡង់ អេស្បាញ បារាំង អាហ្សង់ទីន ហូល្លង់ អារ៉ាប់រួម ចិន ហ្វីលីពីន សិង្ហបុរី ម៉ាឡេស៊ី និងជាច្រើនទៀតជាមួយនឹងដំណើរកម្សាន្តរបស់អ្នកផលិតមាតិកាក្នុងស្រុក។
 - បានអញ្ជើញអ្នកសារព័ត៌មាន The Independent របស់អង់គ្លេស មកទស្សនានិងសរសេរអត្ថបទពីខេត្តសៀមរាបនាតំណាក់កាលឈ្លានពានលើកទី២របស់ប្រទេសសៀម
 - បានជំរុញការផ្សព្វផ្សាយអំពីការទទួលបានរង្វាន់ ៖ ១) Best Destination in Asia 2025 (Tripadvisor travelers choice award), ២) ប្រាសាទអង្គរវត្តជាប់ចំណាច់ថ្នាក់កំពូល

ជាគោលដៅទេសចរណ៍ទាក់ទាញបំផុតនៅអាស៊ី សម្រាប់ឆ្នាំ២០២៥ (Tripadvisor travelers choice award) និង៣) Top attractions in the world (Tripadvisor)

- បានបើកវគ្គបណ្តុះ បណ្តាលជំនាញ ផលិតមាតិកា និង បច្ចេកវិទ្យាបង្កើន មត៌កទេសចរណ៍ចំនួន៤០០នាក់ នៅខេត្តសៀមរាប
- បានសម្របសម្រួលការថតភាពយន្តឯកសារចំណងជើង "TOURISMO RURAL EN EL MUNDO" របស់ផលិតករនៃ COLOUR COMMUNICATION GROUP មកពីប្រទេសអ៊ែស្បាញ ដែលទីតាំងសម្រាប់ថតគឺនៅ៖ រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តកំពត ខេត្តកែប ក្រុងកោះរុងក្នុងខេត្តព្រះសីហនុ តំបន់មណីយដ្ឋានអង្គរ និងទីតាំងមួយចំនួនទៀតក្នុងខេត្តសៀមរាប, ការថតភាពយន្តរបស់ ផលិតកម្មក្រុមហ៊ុនមកពីប្រទេសកាស្សាស្តង់ និងមកពីប្រទេសចិន

៥. ការពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្ម និងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស

- បានបណ្តុះបណ្តាល៖
 - អ្នកជំនាញទេសចរណ៍ដោយផ្ទាល់បានចំនួន ២៧៨២នាក់ និងតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ចំនួន ៧៦ ៦៨៣ នាក់,
 - គ្រូបង្គោលជាតិ ចំនួន ៥៩៨ នាក់ និងអ្នកវាយតម្លៃបង្គោលជាតិ ចំនួន ២២២ នាក់
- បានសហការជាមួយគ្រឹះស្ថានបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈនានាក្នុងខេត្តសៀមរាប បានបន្ត បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកជំនាញក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ជាង១០០០នាក់។
- បានចុះពង្រឹងគុណភាពអាជីវកម្ម និងសេវាកម្មទេសចរណ៍បានចំនួន ៩២៥ ទីតាំង
- បានរៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលមត៌កទេសចរណ៍និយាយភាសាជប៉ុន សម្រាប់កម្មវិធីប្រចាំឆ្នាំ (National Activity) នៅខេត្តសៀមរាប ដែលបានសហការរៀបចំដោយមជ្ឈមណ្ឌលអាស៊ាន- ជប៉ុន (AJC) និងមានការចូលរួមផ្តល់ឧទ្ទេសនាម ពីអ្នកជំនាញការជនជាតិជប៉ុន ដើម្បីពង្រឹង សមត្ថភាពបន្ថែមដល់មត៌កទេសចរណ៍និយាយភាសាជប៉ុន
- បើកវគ្គភាសាចិនថ្នាក់ដំបូងលើវិស័យទេសចរណ៍បដិសណ្ឋារកិច្ច សហការជាមួយវិទ្យាស្ថានខុងជី នៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា ចំនួន ៥៤ នាក់
- បានរៀបចំវគ្គវិក្រិតការពង្រឹងសមត្ថភាពមត៌កទេសចរណ៍ភាសាបារាំង និងភាសាចិន បាន ចំនួន ៤៥២ នាក់
- បានបើកវគ្គវិក្រិតការមត៌កទេសចរណ៍ចំនួន៥ វគ្គ ដែលមានសិក្ខាកាមជិត៧០០នាក់ នៅ ក្នុងខេត្តសៀមរាប។

៦. ឌីជីថលលូបនីយកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប៖

- អាជីវកម្មទេសចរណ៍ប្រមាណ៨០% ក្នុងខេត្តសៀមរាប បានបន្តប្រើប្រាស់ថ្នាល ឌីជីថល និងប ច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានសម្រាប់អាជីវកម្ម

- គ្រប់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ក្នុងខេត្តសៀមរាប បានប្រើប្រាស់ការទូទាត់តាមគណនីធនាគារ និងការទូទាត់តាម KHQR Code

៧. ជំរុញការតភ្ជាប់៖

- ជំរុញ និងបង្កើនកាតភ្ជាប់និងការហោះហើរពីបណ្តាប្រទេសក្នុងតំបន់អាស៊ានមកកាន់ខេត្តសៀមរាប៖ Kulalampur, Kunming, Hanoi, Ho Chi Minh, Danang, Phu Quc, Bangkok, Phuket, Singapore, Kolkota, Dubai, Lung Prabang
- ជំរុញការតភ្ជាប់ដើមហោះហើរ (Flight) ភ្នំពេញ-សៀមរាប ចំនួន 1,080 Flight ដែលមានចំនួនអ្នកដំណើរមកកាន់ខេត្តសៀមរាបតាមផ្លូវអាកាស៖ ៧៣៧.៤៦៨នាក់ និងតាមរថយន្តទេសចរណ៍ (bus) ពីភ្នំពេញចំនួន ៖ ១៦០.៩៤០នាក់
- ជំរុញការតភ្ជាប់ដើមហោះហើរ (Flight) រវាងខេត្តព្រះសីហនុ-សៀមរាប KOS-SAI : 360 Flight ដែលមានអ្នកដំណើរមកកាន់ខេត្តសៀមរាបតាមផ្លូវអាកាស៖ ៧៣៧.៤៦៨នាក់

២. ការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគាំទ្រ

- ក្រសួងទេសចរណ៍បានចុះអនុស្សរណៈយោគយល់គ្នា (MOU) រវាងក្រសួងទេសចរណ៍ ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី (ADB) លើគម្រោងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទេសចរណ៍សម្រាប់កំណើនប្រកបដោយបរិយាបន្ន និងភាពធន់ ក្រោមហិរញ្ញប្បទានធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី (ADB) ដែលមានផែនការតភ្ជាប់ផ្លូវទេសចរណ៍រវាងចុងឃ្លៀស បឹងពារាំង និងកំពង់ក្អក, ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងសម្រាប់សម្បទាទេសចរណ៍សហគមន៍កំពង់ក្អក បឹងពារាំង និងចុងឃ្លៀស, ការកសាង និងពង្រឹងសមត្ថភាពទេសចរណ៍ដល់សហគមន៍

ចក្ខុវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបឆ្នាំ២០២៦៖

១. គោលបំណងសំខាន់ៗចំនួន៤៖

- បង្កើនចំនួនទេសចរអន្តរជាតិ និងទេសចរក្នុងស្រុក
- បង្កើនរយៈពេលស្នាក់នៅ និងការចំណាយ
- បង្កើតការងារ និងចំណូលដោយផ្ទាល់ដល់សហគមន៍
- ជំរុញទេសចរណ៍ចីរភាព

២. ទិសដៅសំខាន់ៗ៖

- បន្តធ្វើពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ និងបទពិសោធន៍ទេសចរណ៍
- បន្តរៀបចំបង្កើតនិងផ្សារភ្ជាប់របៀងទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌប្រវត្តិសាស្ត្រ ជាមួយនឹងរបៀងទេសចរណ៍ចីរភាពនិងជីវចម្រុះ ដោយពង្រឹងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីទេសចរណ៍គ្រប់ជ្រុងជ្រោយគិតចាប់ពីគោលដៅទេសចរណ៍តំបន់ភ្នំគូលែន (កំពង់កែសម្រួល), តំបន់ប្រាសាទ, តំបន់

ទីក្រុងនិងស្ទឹងសៀមរាប និងទីបញ្ចប់តំបន់ទន្លេសាប (កំពុងរៀបចំ)។ និងបន្តភ្ជាប់
ជាមួយខេត្តក្លាស្ទែរ, ប៉ូលទេសចរណ៍ភ្នំពេញ និងតំបន់ឆ្នេរសមុទ្រកម្ពុជា

- បន្តគាំទ្រការបង្កើនតម្លៃបន្ថែមនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃនៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ខេត្ត
សៀមរាប ជាពិសេសជំរុញការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក។ ស្របជាមួយគ្នានេះ ក្រសួង
ទេសចរណ៍សហការជាមួយក្រសួងកសិកម្មរុក្ខាប្រមាញ់និងនេសាទ កំពុងរៀបចំបង្កើត
ខ្សែក្រវាត់បៃតងនៅជុំវិញគោលដៅទេសចរណ៍ពិសេសសហគមន៍
- បន្តអនុវត្តគោលការណ៍និងប្រែក្លាយខេត្តសៀមរាបជាគោលដៅទេសចរណ៍ចីរភាពនិង
បៃតង
- បន្តរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ និងកិច្ចប្រជុំនានា ពិសេសនារដូវកាលបៃតង និងរដូវកាលសាមគ្គី
ភាព
- បន្តបណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្ស និងពង្រឹងស្តង់ដារគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍
- បង្កើនការផ្សព្វផ្សាយទៅទីផ្សារគោលដៅ
- បន្តផ្សព្វផ្សាយនិងជំរុញការលក់ ពិសេស ហ្វ្រីវីសារដល់ពលរដ្ឋចិន(ទោះក្នុងបរិការណ៍នៃ
ការឈ្លានពាន និងតំណាក់កាលនៃការបង្ក្រាប...)
- សហការជាមួយវិស័យឯកជនពិនិត្យលទ្ធភាពដាក់ចេញ យុទ្ធនាការ មេហ្គាផែនការ